



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Gestão

Carlos Vicente Mendes

**A IMPORTÂNCIA DAS ARTES NUM PROJECTO
AUTÁRQUICO DE TURISMO CULTURAL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto Politécnico de Tomar para
Cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre

Orientado por:

Doutora Hália Santos – Escola Superior de Gestão de Abrantes

Quando era menino de escola, não tinha nenhuma noção do que era a arte e já me sentia atraído por ela. Saía de casa a caminho da escola e a primeira imagem que via (diariamente) era a de um castelo no meio do rio e as águas, cintilantes pelo reflexo do baixo Sol da manhã. Foi o meu primeiro quadro “vivo”, todos os dias se alterava, às vezes a cada momento do dia, com essa imagem vieram as histórias e as lendas, a percepção de legado e de outros tempos agora adormecidos.

Estava tudo ali. O que sou e como passaria a ver o mundo... com as artes incluídas.

RESUMO

As artes são uma mais-valia em qualquer projecto de Turismo Cultural. Faz todo o sentido a comunhão da estética, da ética, memórias, usos e costumes, tradições e conhecimento, que nos afecta, melhorando a visão do mundo que nos rodeia e fazendo de nós turistas ou não, pessoas abertas às diferenças e às mudanças dum mundo, que se altera a cada momento.

Palavras-chave: Arte, arte pública, turismo cultural e comunidade.

ABSTRACT

The arts are an asset in any project of Cultural Tourism. It makes only sense, the reunion of aesthetics, ethics, memories, habits and customs, traditions and knowledge, which affects us, improving the vision of the world around us and making us tourists or not, people who are open to differences and mutations, in a world which changes every moment.

Keywords: Art, public art, cultural tourism, and community.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento ao Doutor Mota Figueira, à minha orientadora Doutora Hália Santos e um agradecimento especial à Dra. Inês Câmara pelo apoio, amabilidade e acompanhamento na realização desta dissertação.

ÍNDICE

• Introdução – Escolha do tema	1
• Pergunta de partida	2
• O contexto do estudo de caso: Projecto Mercado das Artes de Vila Nova da Barquinha	2
• Hipótese de trabalho	4
• Metodologia do trabalho	4

PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Capítulo 1 – Turismo Cultural: Discussão Conceptual

1.1 Organização e Visão do Turismo em Portugal	9
1.2 Análise do Plano Estratégico Nacional de Turismo e a importância do Turismo Cultural	10

Capítulo 2 – Turismo Cultural nas Autarquias

2.1 Sustentabilidade Local	13
2.2 O Museu como atractivo Turístico	14
2.3 Turismo Cultural como motor de desenvolvimento local	17
2.4 Caso de Boas-práticas - Turismo Autárquico Cultural: Vila de Óbidos	17
2.4.1 Vila de Óbidos – Museus e Galerias	18
2.4.2 Circuitos temáticos – Rainhas e outras Senhoras	18
2.4.3 “Óbidos Patrimonium” Empresa Municipal	18

Capítulo 3 – Arte e os seus públicos

3.1 Arte e transformação urbana: Museu Guggenheim em Bilbao	21
3.2 Arte e a importância da experiência: Spiral Jetty	22
3.3 Uma reflexão de Agnaldo Farias sobre o poder da arte	23
3.4 Turismo é arte	26

Capítulo 4 – O passado, a “patrimonialização” e o espírito do lugar: Castelo de Almourol

4.1 A Paisagem e o Turismo

4.2 A importância monumental do Castelo de Almourol produto turístico 38

Capítulo 5 - História local e contexto social

5.1 Castelo de Almourol como local estratégico de defesa do País 42

PARTE II – Apresentação de estudo de caso - Mercado das Artes

Capítulo 6 – Projecto cultural Autárquico: Mercado das Artes

6.1 Como nasce o projecto	47
6.1.1 Objectivo da intervenção	47
6.1.2 Caracterização da Operação	48
6.1.3 Articulação com os objectivos e prioridades	48
6.2 Parque Ribeirinho / Museu de Escultura	49
6.2.1 Caracterização da Operação	49
6.2.2 Articulação com os objectivos e prioridades da Vila	50
6.3 Edifício dos Paços do Concelho	50
6.3.1 Galeria de Arte	50
6.4 Edifício do Centro Cultural	52
6.4.1 Loja do Museu e Turismo	52
6.4.2 Auditório do Centro Cultural	53
6.4.3 Biblioteca do Centro Cultural	53
6.5 Anexo ao Centro Cultural – Manutenção do Museu	53
6.6 Reutilização do Edifício da Hidráulica – Ateliers diversos	53
6.6.1 Escultura	55
6.6.2 Desenho e pintura	55
6.6.3 Fotografia e Vídeo	56
6.6.4 Teatro Marionetas	56
6.7 Alojamento temporário de criadores	57
6.8 Implementação de um sistema de Áudio-Guias e CCTV's	61

6.9 “Caminheiras”	58
6.10 Estratégia final – O que poderá representar este projecto como experiência para o turista e comunidade local	59
Capítulo 7 – Acções de Comunicação e Marketing	
7.1 Criação e implementação de uma Estratégia de Comunicação para o mercado das Artes	60
7.1.1 Caracterização da operação	61
7.1.2 Articulação com os objectivos e prioridades	61
PARTE III – Estudo de potenciais turistas e visitantes	
Capítulo 8 – Estudo de potenciais turistas e visitantes através de um inquérito de amostra intencional	
8.1 Metodologia utilizada	65
8.2 Entrevistas exploratórias: Guião	65
8.2.1 Inquérito on-line: Guião	66
Capítulo 9 – Análise dos resultados do Inquérito	
9.1 Caracterização da amostra	66
9.2 Efeitos de disseminação do inquérito por bola de neve nas tendências de resposta	68
9.3 Relação com Vila Nova da Barquinha	71
9.4 Importância de um projecto de arte para a comunidade	76
9.5 Conclusão dos Inquéritos	79
9.6 Conclusões	
9.6.1 Para pesquisas futuras	82
9.7 Considerações finais.	83

Índice de Quadros

1 – Quadro – Produtos de turismo estratégicos no âmbito do PENT	11
2 – Quadro – A Mesma questão faseada no tempo (3 meses)	69
3 – Quadro – Como tem conhecimento das actividades culturais da sua localidade?	70
4 – Quadro – Quando é que fez esta actividade pela última vez?	73
5 – Quadro - Qual a importância das artes num projecto cultural autárquico?	76
6 – Quadro - Acha que a convivência directa com a arte e criação artística, vai alterar o comportamento social dos munícipes?	77
7 – Quadro – Pode o museu de escultura, galeria e ateliês criar MARCA identitária do Concelho fazendo dela a sua porta de entrada?	78

Índice de gráficos

1 – Gráfico – Conhece o Castelo de Almourol?	43
2 – Gráfico – Caracterização da amostra por idade	66
3 – Gráfico – Caracterização da amostra por habilitações literárias	67
4 – Gráfico – Concelho de residência dos respondentes	67
5 – Pratica ou já praticou alguma actividade artística?	69
6 – Gráfico – Como tem conhecimento das actividades artísticas da sua localidade?	71
7 – Conhece o Concelho de Vila Nova da Barquinha?	71
8 – Gráfico – Quando fez esta actividade pela última vez?	74

Índice de fotografias

1 Fotografia – Esboço da Escultora Ângela Ferreira para o Mercado das Artes 2010	2
2 Fotografia de Carlos Vicente – Cais de Tancos, “memórias” 2009	16
3 Fotografia extraída da net – Frank Gehry - Museu Guggenheim 2011	21
4 Fotografia extraída da net – Robert Smithson – “Spiral Jetty” 2011	22
5 Fotografia extraída da net – Anish Kapoor – “Cloudgate ” 2011	24
6 Fotografia de Carlos Vicente – Castelo de Almourol “Reflexo”2009	26
7 Fotografia de Carlos Vicente – Ribeira de Tancos “ O corvo” 2010	29
8 Fotografia de Carlos Vicente – “Tou no céu neste lugar” – 2009	33
9 Fotografia de Carlos Vicente – “Da torre do Castelo” 2010	37
10 Fotografia de Carlos Vicente – “Castelo de Almourol “ 2010	38
11 Fotografia de Carlos Vicente – Quadro a óleo do autor “Lenda de Dom Ramiro”	41
12 Fotografia da Revista Barquinha Viva – Parque Ribeirinho 2008	47
13 Fotografia - Montagem fotográfica de Cristina Ataíde 2009 – Parque Ribeirinho	49

14 Fotografia da Revista Barquinha Viva – Projecto Galeria de arte 2008	51
15 Fotografia de Carlos Vicente – Centro Cultural da Barquinha 2009	52
16 Fotografia de Carlos Vicente – Pintando no Atelier de desenho e pintura 2009	55
17 Fotografia de Carlos Vicente – Ribeira de Tancos “O descanso da faina” 2010	75
18 Fotografia – Logótipo do Turismo de Portugal – Extraído da net – Portugal de braços abertos do artista plástico José de Guimarães.	84

Lista de abreviaturas e siglas

PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo

EDP – Electricidade de Portugal

EM – Empresa Municipal

PGA – Portugal Airlines

ICOMOS - Conselho Internacional de Monumentos e Sítios

IGESPAR – Instituto de Gestão do Património e Arquitectónico e Arqueológico

OMT – Organização Mundial de Turismo

CCTV - Security camaras / Vídeo Security Camara System

VNB – Vila Nova da Barquinha

Introdução

- **Escolha do tema**

O turismo cultural é um segmento cada vez mais importante a nível do turismo mundial. Com uma população cada vez mais escolarizada e mais sensível aos órgãos de comunicação social, que sente *global* no interesse pelos mais diversificados aspectos do mundo é cada vez maior a apetência pelo “confronto” directo com essas realidades... pessoas, costumes, histórias, memórias, paisagens, monumentos, religiões e outras diferenças que fazem do homem, cidadão do mundo.

A patrimonialização¹ e a programação de eventos culturais, tornaram-se em eixos turísticos, indo ao encontro da apetência dos turistas pelo “verdadeiro” e pelos objectos e símbolos da cultura e das artes.

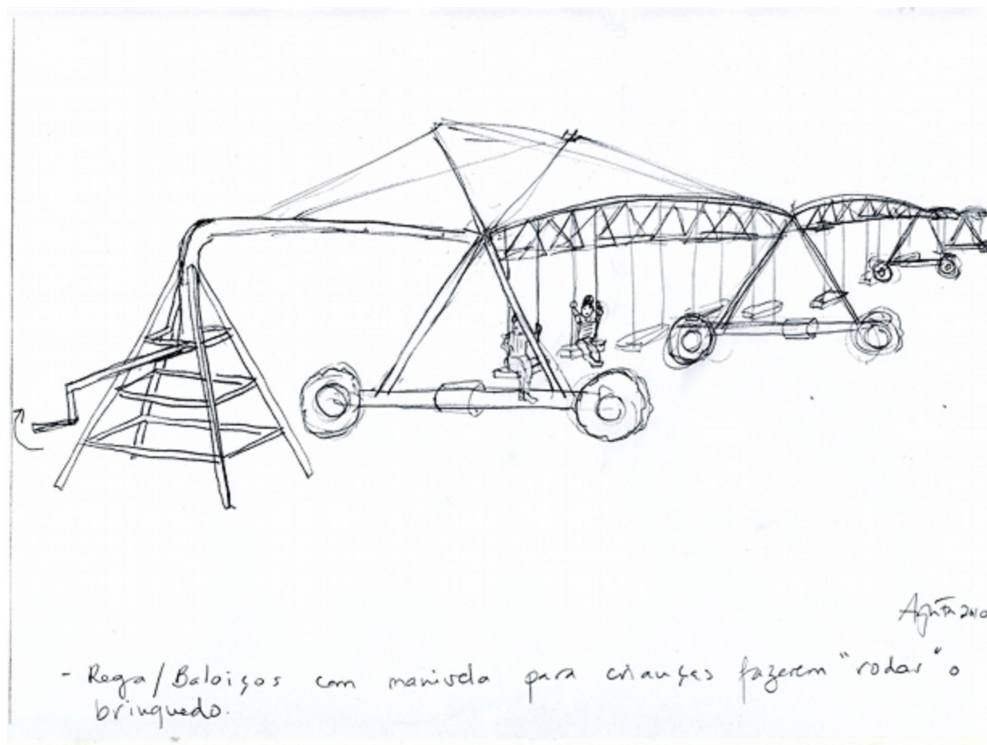
Neste sentido, alguns eventos são já referências locais e fazem parte das novas memórias e dos novos conceitos culturais, estéticos e artísticos (por exemplo, em Milão, desfiles de moda nas históricas escadarias romanas...).

Por estas razões, optei por dedicar esta investigação ao projecto de turismo autárquico “O mercado das artes”, em fase de instalação, criado pela Câmara Municipal de Vila Nova da Barquinha com a assessoria da Fundação EDP.

Tendo em conta o investimento no museu de esculturas ao ar livre com uma oferta exclusiva em artistas portugueses, a envolvente única proporcionada pelo Castelo de Almourol e parque ribeirinho do Tejo, considereei que este projecto representa uma oportunidade única de estudar o impacto da arte no espaço social e público. O seu impacto poderá ser visto de duas formas, como factor de atractividade de turistas, alterando o roteiro do turista do Castelo, por exemplo; como factor de dinamização da comunidade local, contribuindo para sua identidade e sentimento de pertença.

¹ Termo usado no turismo para definir um conjunto de bens materiais ou imateriais transmitidos pelos antepassados e que constituem herança colectiva.

- **Pergunta de partida**



1. Fotografia – Esboço da Escultura “Rega” de Ângela Ferreira - Mercado das Artes 2010

Tal como foi explicado anteriormente, este projecto foca o potencial que existe num projecto de arte pública como pólo de atracção para a comunidade local e para os turistas. Neste contexto, a pergunta de partida é a seguinte:

Em que medida é que a Arte é reconhecida como um catalisador de um projecto de turismo local?

- **O contexto do estudo de caso: projecto Mercado das Artes de Vila Nova da Barquinha**

Este estudo foca um projecto específico denominado como “Mercado das Artes” que tem como principal *sítio* o Castelo de Almourol, um dos mais emblemáticos monumentos militares do país. Não obstante a sua elevada notoriedade, falta-lhe uma estrutura turística que o torne num projecto sustentável, criando uma experiência mais rica para os turistas e uma mais-valia para a comunidade local.

Neste momento, o castelo de Almourol tem uma média de 65.000 visitantes por ano que poderiam encontrar pontos de visita e experiência na própria sede do Concelho. O “Mercado das artes” pode ser o motor propulsor dessa mais-valia, desde que a própria comunidade adopte o projecto e se transforme no seu principal disseminador.

A reconversão do parque ribeirinho (espaço de lazer) em museu de escultura de ar livre, apoiado pelo recente centro cultural, galeria de arte, ateliers e residência artística contribuirá para a auto-estima da comunidade, um valor multidimensional criado nas mais-valias herdadas; o carinho pela faina do rio, paisagem ribeirinha envolvente, desde o parque até ao mítico e templário Castelo de Almourol.

Tendo a componente pública e lúdica de um espaço ao ar livre, aberto à comunidade e aos turistas, o Museu apresenta valências variadas, com o potencial de ser uma referência nacional e, até ibérica, tendo como critério a melhor arte pública dos anos sessenta até à actualidade, criando espaço para a comunidade académica, escolas de arte, professores, alunos e amantes das artes, quer a nível nacional quer mesmo a nível internacional.

Houve um investimento concreto na qualidade artística do projecto através da assessoria da Fundação EDP e do apoio de João Pinharanda, historiador, crítico de arte, e comissário de colecções e exposições de referência em Portugal.

O objectivo do projecto é manter uma programação regular de qualidade. A galeria de arte terá exposições temporárias com o apoio da Fundação EDP, o auditório apresentará uma diversidade de colóquios e palestras, existindo espaço para o público leigo e amante da arte através dos ateliers com workshops e, também, apoio para a comunidade artística, através das residências artísticas.

A ambição do projecto é criar um museu vivo, um paradigma em que comunidade, turistas, artistas e académicos se cruzem na prossecução dos seus interesses e experiências próprias.

- **Hipóteses de trabalho**

Neste estudo, que tem uma natureza vincadamente exploratória, o principal objectivo é analisar a forma como os decisores políticos e a comunidade percebem o projecto “Mercado das Artes” como uma mais-valia para a região.

As diversas hipóteses do trabalho passaram por perceber de que modo a **arte é importante num projecto autárquico de Turismo Cultural**, tendo consciência de que a primeira aceitação deve ser da comunidade onde se insere o projecto, para que possa ser defendido e protegido pelos locais de forma a captar o interesse do público em geral, mas tendo sempre, como especial interesse a captação de públicos na vertente das artes.

Hipótese 1

Os respondentes reconhecem que a prática artística e os equipamentos culturais trazem valor para a comunidade.

Hipótese 2

Os respondentes reconhecem que a arte tem um enorme potencial para um projecto turístico local, podendo criar riqueza para a comunidade.

Hipótese 3

O valor patrimonial e simbólico do Castelo de Almourol como catalisador do projecto é reconhecido pelos respondentes, reforçando a importância da envolvente patrimonial e natural de um projecto de turismo autárquico.

- **Metodologia de trabalho**

Este projecto é fundamentado em dois momentos de pesquisa distintos:

Entrevistas exploratórias. Foram feitas 20 entrevistas a uma amostra intencional desde dirigentes políticos, outras entidades e elementos da comunidade. Foram entrevistados o Presidente da Câmara Municipal de Vila

Nova de Barquinha, o Vereador da Cultura, entidades Militares e individualidades relacionadas com as associações culturais locais e outras activas na vida da comunidade, sem relação directa com a cultura e as artes.

Estas entrevistas foram realizadas entre Junho e Dezembro de 2010, transcritas e analisadas, servindo como primeira abordagem à comunidade. Em anexo são apresentados o Guião de Entrevista e a lista de entrevistados e o critério de selecção (*Anexo 01*) e o guião da entrevista on-line (*Anexo 02*) e respostas de desenvolvimento do inquérito on-line (*Anexo 03*).

As pesquisas, além de bibliográficas, são baseadas no cruzamento de diversos trabalhos e artigos quer na área do turismo quer na das artes e na experiência acumulada em anos de trabalho nestas áreas.

Inquérito on-line. O inquérito on-line foi enviado por e-mail para membros da *mailing list* da Câmara Municipal de VNB, contactos pessoais do autor, com pedido de disseminação a outros contactos. Também foi colocado no perfil do facebook. Esteve disponível para resposta entre Outubro e Dezembro de 2010.

A sua disseminação foi feita em três fases:

Fase I - No Concelho - Outubro

Fase II - No Concelho e na região - Novembro

Fase III - No Concelho, na região e abrangência Nacional – Dezembro

Por conseguinte, foi feita uma amostragem por bola de neve que totalizou 180 respondentes, apoiada na disseminação através dos contactos. Tal como se poderá ver adiante, esta maior abrangência de respondentes teve influência nas próprias respostas dos inquiridos. Por exemplo, como a primeira fase centrou-se na comunidade local, muitos deles frequentadores dos ateliês de arte da Câmara Municipal de VNB, onde importância das práticas artísticas é relevante.

PARTE I – ENQUADRAMENTO TÉORICO

Capítulo 1 - Turismo Cultural: discussão conceptual

Para definir turismo cultural, teremos que começar por pensar no próprio conceito de cultura. Podemos entender a cultura, para além daquilo que são os seus artefactos, locais *patrimonializados* ou *monumentalizados*, como o conjunto de valores de cada comunidade, na sua forma de conviver com o passado e reconhecer-se no património.

O turismo cultural tem a importância estrutural de resgatar as culturas; costumes, tradições, crenças, mostrando, valorizando e mantendo a preservação do seu património nas diversificadas áreas para o futuro. Entende-se sem dúvida, pelo resgate histórico e cultural duma população.

O turismo cultural produz conhecimento e oferece uma oportunidade para a interacção com outros lugares e com outros modos de vida, assumindo estas novas memórias e tradições ou diversidades locais, como novas experiências. O turismo precisa de todas as pessoas e no seu envolvimento, na relação com os turistas e na preservação dos seus locais.

1.1 Organização e visão do turismo em Portugal

O Turismo de Portugal assume-se como a entidade mobilizadora dos diversos agentes económicos do sector, sejam públicos ou privados e compete à Direcção de Desenvolvimento de Produtos e Destinos contribuir para a execução da estratégia definida no PENT, criando condições para o desenvolvimento estruturado de produtos e destinos turísticos através do conhecimento aprofundado das suas potencialidades e constrangimentos e da identificação para a boa implementação de projectos e iniciativas determinantes para o reforço da sua competitividade.²

² Baseado no website do Turismo de Portugal. Consultar: www.turismodeportugal.pt.

O Plano Estratégico Nacional do Turismo define as acções para o crescimento sustentado do Turismo na próxima década, através da identificação de dez produtos considerados estratégicos. Este plano deve estar em pleno funcionamento em 2015.

1.2 Análise do Plano Estratégico Nacional do Turismo e a importância do turismo cultural

No âmbito do PENT, o seu corpo técnico dividiu-se em três equipas responsáveis pelo desenvolvimento de acções e projectos relacionados com os dez produtos estratégicos, para além de outras iniciativas no âmbito dos destinos e de temáticas de natureza transversal:

Produtos de turismo estratégicos no âmbito do PENT³

Equipa 1	
Sol e Mar	Inserir-se no Turismo de Lazer/descanso em destinos de praia que excluam, no entanto, os desportos aquáticos.
Turismo Náutico	A Costa Atlântica e Mediterrânica Portuguesa é uma prova da boa qualidade do mar para a prática do turismo náutico.
Golfe	O clima ameno de Portugal com relativa incidência no Sul do país, propicia a prática do golfe todo o ano, fazendo dele um produto de excelência.
Resorts e Turismo Residencial	O Resort e Turismo Residencial são usados pelos turistas, que além das visitas aos monumentos e museus, querem um espaço fora das grandes cidades onde se descontraem ou simplesmente abstraem-se da vida citadina, fazendo actividades de lazer ou desportivas de ar livre. Geralmente no resort tem um pacote que engloba a maioria ou totalidade dos serviços disponíveis de forma a dar a maior comodidade aos turistas
Equipa 2	
Touring Cultural e Paisagístico	Quando o motivo da viagem é o conhecimento e a vivência junto às tradições, artes, arquitectura, memórias, história e paisagem de determinado lugar.
City Break	Promoção da sua oferta histórica, patrimonial e cultural, para que passe uma manhã ou um fim-de-semana no local.
Turismo de Negócios - MICE	O objectivo principal deste turista é participar numa conferência ou reunião, que constitui uma parte do que hoje se designa por segmento MICE.
Equipa 3	

³ Adaptado do website do Turismo de Portugal www.turismodeportugal.com

Turismo de Natureza	Contacto directo com a natureza, através da prática de actividades físicas e da interacção entre o homem e a natureza, utilizando o património natural e cultural, incentiva a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação e conservação do ambiente.
Saúde e Bem-estar	Praticado por pessoas que se deslocam para determinado local com fins terapêuticos ou tratamento médico.
Gastronomia e Vinhos	Gastronomia e vinhos, quando o turista se desloca para outra localidade com o objectivo de degustar as comidas e bebidas típicas da região visitada.

1. *Quadro – Três equipas que trabalharam os diferentes produtos estratégicos do PENT*

Tal como se pode constatar as equipas 2 e 3 dedicam-se a diferentes tipos de turismo cultural, tal como ficará explícito adiante. No âmbito do PENT o Turismo de Portugal disponibilizada e divulga informação, assim como documentos técnicos de interesse, no âmbito dos 10 produtos turísticos estratégicos, assim como informação acerca de projectos que configurem boas práticas e tendências inovadoras.

Por exemplo, a oferta de programação cultural nos principais centros culturais de Lisboa e Porto, bem como nas respectivas zonas nobres têm sido uma aposta clara no reforço dos destinos city break, adequados à elevada mobilidade e ao contexto de crise e constrangimento financeiro, sendo um exemplo de boas práticas a nível nacional.

No entanto, o turismo cultural é de tal forma abrangente, ao envolver todos as formas da cultura e técnica humanas, permitem o desenvolvimento de micro-segmentos que são representativos graças à mobilidade dos seus públicos. Um exemplo poderá ser o do turismo Apícola, que consiste em percursos natureza com visitas relacionadas com a cultura apícola⁴.

O Desporto e os Eventos são motores de atracção muito poderosos, sendo objecto de grande competição ao nível global, com impacto ao nível do

⁴ Apícola - Que tem a ver com o mundo das abelhas (apicultura).

desenvolvimento social e económico das regiões envolvidas. Veja-se o caso dos Jogos Olímpicos 2016 e o seu impacto na reordenação urbana do Rio de Janeiro.

A ciência, a etnografia, o próprio contexto social poderão ser ícones de atracção turística, atraindo pequenos segmentos que poderão representar, no entanto, um elevado poder de compra e de disseminação desse destino (nomeadamente, através dos portais especializados na internet, partilhando opiniões e conselhos de viagem).

O turismo cultural estará, por conseguinte, relacionado com a exploração criativa dos recursos naturais e culturais de cada território, sendo importante verificar os segmentos de demanda e a possibilidade de adequar as ofertas de cada Município.

Capítulo 2 - Turismo cultural nas autarquias

A problemática cultural na sociedade contemporânea é marcada pelo incremento da actividade turística, na qual se faz necessário, analisar o consumo como um aspecto das estratégias das políticas culturais. Pensar cultura obriga-nos a pensar identidades culturais locais, a sua forma e formas de preservação ou mesmo, de resgate.

A gestão de políticas culturais deve além de preservação do património, prever a sustentabilidade da comunidade do local turístico. A gestão do equilíbrio entre a preservação e a sustentabilidade muitas vezes transforma-se num conflito sem solução, levando à delapidação do património cultural e natural de uma região. Por essa razão, faz sentido existir uma reflexão activa ao nível do poder político, como representante da comunidade, que define prioridades, meios e estabelece os limites de acção para os agentes privados.

Desta forma, é possível pensar num projecto de turismo cultural autárquico, vendo uma região como uma unidade, analisando fluxos de visitantes e parceiros estratégicos, criando um conceito com perenidade que traga valor acrescentado para todos envolvidos: turistas e comunidade.

Para além disto, um gestor de turismo cultural tem que estar consciente da velocidade do nosso quotidiano. Cada vez mais, hoje em dia, os acontecimentos são acelerados e as distâncias encurtadas, através das imagens televisivas, da navegação electrónica, do trânsito de pessoas, rompendo limites e fronteiras de tempo e espaço. Tais transformações interferem nas formas de interpretação da sociedade em que o mundo é reconfigurado a cada momento.

A concepção de uma nova totalidade abrangente toma forma e, por essa interpretação, o foco cultural abrange as várias faces do homem enquanto cidadão (económica, política, social, etc.), criando novas formas de cultura através de sub-movimentos e modas, a todo o momento.

A globalização, apesar de promover fluxos de informação, impactos no tratamento e concepção do tempo do trabalho, nas formas do ócio, faz emergir a questão do lazer. O turismo instala-se como eixo articulador dessa intersecção. Atendendo aos fluxos e ao lazer, a actividade turística configura-se cada vez mais como uma actividade que, por um lado, oferece oportunidades de empregos e é vendida como mercadoria; por outro, suscita as diferenças culturais que mantêm a atractividade como sustentabilidade turística.

2.1 Sustentabilidade local

A sustentabilidade implica o desenvolvimento de políticas valorizadoras de acções culturais, que podem ser desencadeadas a partir de articulações realizadas de fora para dentro e de acções locais. Para tal, muitas vezes, uma região pode construir uma marca própria através da importação de significantes culturais dos quais se apropria, como é o caso do Festival do Chocolate criado pelo Município de Óbidos⁵, que se tornou num evento catalisador.

Por outro lado, acções locais desencadeiam programas para a recepção desses turistas, accionando segmentos sociais, através da promoção de formas de sustentabilidade, relacionadas a comércio de artesanato, visitação de museus

⁵Óbidos - Vila portuguesa (medieval) do distrito de Leiria, região Centro, fazendo parte da Região de Turismo do Oeste e com forte incremento no Turismo local.

e sítios históricos, formas de divulgação das representações culturais locais, seja através do teatro, da literatura, do folclore, da arte visual, etc.

Outras estratégias mais simples são usadas pelos locais, e empreendimentos mais ousados, por parte do poder público e investidores privados, poderão ser garantidores da sustentabilidade do turismo. Mas é necessário que isso esteja aliado à ideia de um desenvolvimento comprometido com a cultura local.

Assim, é possível um turismo cultural que garanta a preservação do património cultural e natural. Somente dessa forma, a sustentabilidade não se restringirá a aspectos económicos, mas também atentarà para o respeito aos cidadãos e às comunidades locais.

No caso do nosso estudo, Vila Nova da Barquinha tem, desta maneira, o necessário a um reencontro entre as suas potencialidades e o turismo cultural local.

2.2 O Museu como atractivo Turístico

Já existem casos paradigmáticos de museus e equipamentos culturais que são geradores de fluxos de turismo internacional, como é o caso do Guggenheim em Bilbao ou a Biblioteca de Alexandria. Portugal tem um grande potencial, principalmente no que diz respeito ao seu património histórico, cultural e natural, formam um conjunto de atractivos que possibilita ao visitante conhecer melhor a história, tradições e memórias dos locais visitados, podem também vivenciar a experiência e ainda de desfrutar momentos de reflexão e observação, que servem para o crescimento cultural e espiritual dos indivíduos, gerando assim um sentimento de orgulho para as comunidades e de admiração por parte dos visitantes.

Ao atrair um público que, para além de lazer procura acrescentar nas suas viagens novas culturas e conhecimentos, estes interesses intelectuais vêm fazendo com que se pense também em novas formas de envolvimento com o público, através da recuperação de memórias, tradições, recriações históricas,

visitas a locais onde se deram acontecimentos marcantes (locais), enfim usar os espaços reais como palco da acção⁶.

Para que uma visita ao museu seja proveitosa para o visitante, o museu precisa também acompanhar o desenvolvimento no mundo. As inovações começaram tentando redimensionar a função pedagógica e social do museu, buscando uma ruptura com o museu tradicional e uma intensificação das relações com os públicos.

Muitos são os museus que compreendem a importância de passar conhecimento ao público. Neste contexto, podemos citar os museus de arte, de ciência, ecomuseus, arqueológicos e até mesmo os de história, a ideia é superar a função dos museus, vistos como depósitos de objectos, e transforma-los em locais onde a população possa reconhecer as marcas de seu património, encontrar suas origens culturais e partilhar essa experiência cultural.

O conceito de património cultural imaterial trouxe novas dimensões ao turismo cultural. Se até a primeira metade do século XX, o património cultural foi sinónimo de monumentalidade e consagração, luxo e elite, hoje, o folclore, a dança, a crença, memórias, lendas entre outros, que fazem parte da história e cultura de determinado local, de determinado povo, são eixos estruturantes da herança de uma comunidade.

O turismo e as receitas por ele geradas, mesmo que de forma indirecta, podem ser muitas vezes estruturas em planos de renovação urbana, levando à preservação de certos locais históricos das cidades, bairros ou até mesmo prédios e casas velhas e históricas. De outra forma, sem públicos que por eles se interessassem, estes acabam deteriorados por falta de cuidados e de incentivos para o sector, entorpecido pela burocracia

⁶ O grupo de teatro Fatias de Cá (teatro) especializou-se em produções teatrais em espaços monumentais, sendo um paradigma ao nível nacional. As suas representações do *Nome da Rosa* no Convento de Cristo em Tomar continuam a atrair espectadores regularmente, a par de outras peças com grande sucesso.

Utilizar estes espaços para uma actividade cultural motivando os locais para que possam atrair turistas é fundamental para um retorno financeiro que propicie a sustentabilidade do local. É a melhor opção para que esse património não se degrade.



2. Fotografia de Carlos Vicente – Cais de Tancos – “Memórias” 2009

O entendimento do território como um todo, em que os museus, os monumentos e outros equipamentos convivem com o espaço público, pode ser muitas vezes, estruturante numa política de turismo cultural com sucesso. A selecção do caso “O Mercado das Artes” neste projecto de investigação, prende-se, justamente, com esta questão.

Tal como será discutido adiante, neste caso, foi reconhecida a importância de um museu aberto que está em diálogo com a sua envolvente natural e social. No entanto, mesmo em museus, em edifícios (muitas vezes, eles próprios monumentos), são levadas a cabo políticas de dinamização de grande sucesso, em que estes conseguem integrar-se na malha urbana e dar uma personalidade própria à rua ou bairro onde se integram.

2.3 Turismo cultural como motor de desenvolvimento local

O espaço geográfico Português é determinado por uma certa condição de “terra de fim de viagem” (a tal “jangada de pedra”, segundo Saramago⁷) e pela presença do Oceano Atlântico que se torna definidor do simbolismo do homem português e a sua vocação de viajante, ora isso origina também, que possa ser um ponto ou um “porto” de partida.

O turismo cultural é uma experiência abrangente e ao mesmo tempo complementar, dizemos que o turismo é também um acto cultural e um meio que permite ao Homem o acesso a manifestações culturais.

As potencialidades do nosso património cultural como recurso turístico são imensas. Na realidade, quantidade, qualidade, diversidade, especificidade e autenticidade são algumas das suas características primordiais.

Um território feito de “histórias, lendas e magias” de “saberes, sabores e Tradições” para ser descoberto por nós e fazer descobrir aos que nos visitam, através de experiências únicas de bem receber como o povo português tão bem sabe, e como o demonstra de uma forma “plástica” o logótipo do Turismo de Portugal idealizado por José de Guimarães⁸. É neste sentido que urge promover e divulgar a forte cultura e a identidade portuguesa.

2.4 Caso de boas práticas de turismo autárquico cultural: Vila de Óbidos

De património histórico inigualável, a vila de Óbidos é uma referência na panorâmica do património e do turismo cultural nacional e internacional. Na última década, a Câmara Municipal de Óbidos investiu numa política de marketing territorial com efeitos assinaláveis no turismo cultural. Para além da exploração do património através de circuitos temáticos feitos por técnicos e, também por

⁷ José de Sousa Saramago - Escritor, argumentista, jornalista, dramaturgo, contista, romancista, poeta português e vencedor de um Nobel da Literatura...

⁸ Artista plástico Português, criador do logótipo do Turismo de Portugal

animadores culturais que “vestem a personagem”, como é o caso da Visita das Rainhas; o município tem investido numa estratégia de eventos única no panorama nacional.

2.4.1 Vila de Óbidos⁹ – Museus e galerias

Para além da importância das muralhas e das maravilhosas igrejas, Óbidos tem um conjunto de espaços onde se pode contactar com a excelência do seu património como o seu Museu Municipal, o Museu Paroquial São João Baptista, o Museu Abílio de Mattos e Silva, a Casa do Arco, a Galeria Ogiva, Galeria do Pelourinho e mais recentemente o Centro de Design de Interiores. Estes são os espaços que compõem a Rede de Museus e Galerias de Óbidos, à qual se acrescentam outros locais como a antiga igreja de São Tiago, aquando da realização de exposições temporárias.

2.4.2 Circuitos temáticos - Rainhas e outras Senhoras

Vila de Rainhas, da pintora Josefa d'Óbidos e dos amores de Bocage, revela-se aos seus visitantes... homens incluídos. Nas ruas, praças e monumentos, estão símbolos da presença dessas mulheres em homenagem a todas as mulheres da história de Óbidos porque certamente é a elas que lhe devemos a sensibilidade e harmonia desta vila mágica.

2.4.3 “Óbidos patrimonium” Empresa Municipal

Óbidos “Patrimonium¹⁰” tem como principal objectivo a promoção turística. A realização do plano de animação que lhe for definido pelo Município de Óbidos e

⁹ Recolha efectuada a partir de roteiros e webgrafia sobre a Vila de Óbidos. www.obidos.pt, www.cm-obidos.pt e www.portugalvirtual.pt

¹⁰ Empresa municipal do Município de Óbidos – E.M.

o desenvolvimento dessas acções conducentes à valorização do Património Histórico e Natural.

Como nos foi explicado a entidade empresarial Municipal – E.M. tem a seu encargo a produção de eventos de carácter turístico e cultural, a prestação de serviços desse âmbito, a gestão das infra-estruturas existentes e rentabilização de espaços de lazer, a promoção turística, dos eventos produzidos, o intercâmbio com outras comunidades e parcerias diversas com vista ao desenvolvimento de laços culturais e comerciais. Constitui ainda, responsabilidade da entidade empresarial Municipal o planeamento e organização do Plano de Actividades Turísticas a submeter à consideração e aprovação da Câmara Municipal, bem como a sua execução com a organização dos eventos dele constituinte, a correcta administração dos bens da Empresa.

Este é o exemplo feliz de uma empresa municipal em prol da comunidade, do turismo local e consequentemente a sustentabilidade do projecto, diversificando-o em diferentes segmentos atractivos. Segundo a Óbidos “Patrimonium” nome da empresa municipal de Óbidos, a receptividade da Vila de Óbidos a estas segmentações do mercado turístico são evidentes.

A sua participação nas feiras medievais enquanto figurantes o seu empenho em facilitar os eventos e algumas situações menos concordantes são conscientemente solucionados de forma a não prejudicar a sustentabilidade e atractividade da Vila. Ouve uma adaptação (podemos dizer) da vila aos criativos aos eventos, ao fluxo sazonal dos turistas e às diversas componentes diferenciadas da sua sustentabilidade com cedências de parte a parte.

Capítulo 3 - Arte e os seus públicos

Os públicos para as artes¹¹ criam-se a partir das próprias artes, formam-se a partir do conhecimento destas e forçam-se a partir dos “mídia”, da forte pressão “estética” do dia-a-dia a que somos submetidos. Aquele livro, aquele vídeo, aquela escultura ou pintura, não são mais obras em si, mas obras para si, obras que fazem parte da vida, do dia a dia, da comunidade, do país... do mundo. E sem elas, não seria a mesma coisa.

A obra saiu da galeria, do seu espaço de conforto (como outrora saíra dos palácios), do olhar crítico do conhecedor de arte e hoje está na rua, inter-agindo com o meio. É a nova estratégia da arte, não ser indiferente. Ser até incómoda, mostrando o imostrável... é uma obrigação, o poder da arte obriga-a a que se obrigue.

Cada vez mais a arte é um acontecimento que percorre as praças históricas das cidades (Glasgow)¹², subúrbios urbanos (como favelas do rio de Janeiro) ou a mágica cidade de Veneza, Paris e Berlim. No mundo contemporâneo, a arte desce das paredes para as ruas das cidades e dos sítios, está na cultura de cada um, no dia-a-dia, mas ainda honramos em santuários os seus criadores para memórias futuras.

Como dizem Habermas e Luhmann, dois sociólogos contemporâneos, esperamos que os média levem longe a nossa mensagem e como diz Vattimo¹³, “a força dos média é antes de mais uma força estética e retórica” e a “economia precisa da estética”.

Neste caso, o município de Vila Nova da Barquinha identificou este enorme potencial que a arte contém e claro, da sustentabilidade económica que daí

¹¹ Baseado na webgrafia sobre os públicos das artes – Paulo Filipe Monteiro, Adroaldo Bauer, GPEARL.

¹² Cidade Escocesa da época medieval . Uma referência Turística e Artística de grande impacto na Sociedade Local.

¹³ Professor de Estética e de Filosofia Teorética na Universidade de Turim.

advém, para construir um projecto vocacionado para os públicos, quer na qualidade das obras de arte, quer na fruição das mesmas.

3.1 Arte e transformação urbana: Museu Guggenheim¹⁴ em Bilbao



3. Fotografia extraída da net – Frank Gehry - Museu Guggenheim 2011

O museu de Guggenheim de Bilbao foi inaugurado em 1997, e desde a sua criação, milhares de pessoas passaram a visitar a cidade, antes cinzenta, suja e sem atractivos, Bilbao passou a chamar a si todas as atenções pela via das artes.

Quem visitaria uma cidade, onde nada mais há que ver, para além de um museu? Era a questão. Mas o museu chama-se Guggenheim e fora projectado por Frank Gehry, o próprio museu é considerado a obra de arte para albergar arte. Foi o que aconteceu.

Mas a cidade não adormeceu à sombra da modernidade. O Arquitecto Santiago Calatrava projectou o novo aeroporto, mais arejado e a ponte pedonal sobre o rio, outro traço de contemporaneidade. Norman Foster concebeu as fosteritos, as novas estações de metro, que os habitantes locais acarinhos,

¹⁴ Baseado no trabalho da jornalista Sandra Nobre que esteve em Bilbao a convite do Turismo de Espanha e da PGA - Portugália Airlines

enquanto a dupla madrilena Federico Soriano e Dolores Palácios encarregaram-se do Palácio da Música e de Congresso e continua rumo ao futuro com mais obras de assinatura.

As memórias estão e continuam na cidade e no coração dos locais, a zona ribeirinha ganhou o nome de “passeio da memória” pela vontade de unir a tradição da indústria pesada associada à actividade mineira e a ligação ao mar, fábricas e estaleiros, com o cosmopolitismo emergente. O passeio que percorre o leito do rio tornou-se num aprazível espaço verde, com obras de arte de artistas espanhóis, com uma ciclo via e bancos para descansar. As pombas da paz, espalhadas pela cidade, pintadas pelas crianças, dão outro colorido aos espaços e suscitam a curiosidade de quem passa. Esta inter-acção é uma batalha ganha em prol do turismo e sustentabilidade local.

3.2 Arte e a importância da experiência: Spiral Jetty



4. Fotografia extraída da net – Robert Smithson – “Spiral Jetty” 2011

O Spiral Jetty é outro exemplo em como uma intervenção artística modificou a relação da comunidade local com a sua região e, mais relevante para o nosso caso, tornou-se num factor de atracção turística mundial.

O Spiral Jetty é uma das mais significativas obras de Robert Smithson¹⁵, criada em 1970, é uma espiral de 1500 metros de rochas de basalto preto que se projecta para dentro do lago a partir da costa, no lado nordeste do Great Salt Lake.

Parte do encanto advém da própria dificuldade em chegar à obra e a visualizar. Para quem a procura, a sinalização é escassa, contrariando o valor e importância da própria obra, contribuindo ainda mais para uma experiência que se quer, na intenção do próprio artista, mística.

A atractividade desta peça revolucionou este local. Hoje é conhecida no mundo inteiro e vista por milhares de pessoas que se deslocam de autocarro de helicópteros ou de aviões alugados para o efeito. É um recurso artístico, um recurso turístico e no todo, um produto turístico sem igual. Criação do homem, o eterno rival da natureza.

No caso do “Mercado das Artes”, tal como será discutido adiante, também se procura preservar a mística do *espírito do lugar*, entre o Almourol e o Tejo, a Memória e o Presente, a Natureza e a Arte.

3.3 Uma reflexão de Agnaldo Farias sobre o poder da arte

*“Hoje produzimos conhecimento sobre arte, construimos escolas de arte e organizamo-nos em grupos, dentro das mais diversas comunidades deste país. Todo esse processo significa que existe um conhecimento acumulado, uma série de práticas, conceitos e visões acerca de determinadas produções artísticas que transmitimos aos alunos. Ao mesmo tempo, é curioso notar que aquilo que mais nos interessa na arte é o seu lado de incerteza, de estranho e misterioso que ela nos oferece. No contexto artístico, isso não é só natural, como é o propulsor dessa busca desse caminho.”*¹⁶

¹⁵ Robert Smithson, artista plástico que criou uma das mais significativas obras de Land art conhecidas.

¹⁶ Baseado no trabalho de Agnaldo Farias - Crítico de Arte e Curador - Doutor da Faculdade de Arquitectura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.

A arte é uma excepção da norma é uma inquietação. Agnaldo desafia-nos a segundas leituras... a obra artística obriga-nos – e por isso a prática cultural é a forma mais complexa de lazer – a procurar uma segunda leitura, a não aceitar o texto por si só, mas sim explorar as suas ramificações, as causas mais profundas, as histórias escondidas.

Toda a produção artística, em qualquer obra produzida pelo homem, tem uma história para contar. Por exemplo, a obra do artista anglo-indiano, Anish Kapoor que trabalha muito com as múltiplas leituras que cada obra de arte pode ter, coloca um pedestal¹⁷ vazio no meio da cidade de Veneza e aguarda as múltiplas leituras e inquietude dos que por ali passam.



5. Fotografia extraída da net – Anish Kapoor – Cloudgate 2011

Mas, é para isso que serve a arte, para incomodar. Esse é realmente o papel da arte, ela coloca-nos frente a determinadas coisas que já conhecemos mas que, por seu intermédio, revemos e reconhecemos outros valores. Também pode ter a vantagem de atingir grupos grandes de pessoas, que perante a obra, não só reflectem, como interagem uns com os outros, formando, por instantes, um grupo, quase uma comunidade.

¹⁷ Pianha, suporte elevado para obra escultórica. (Base que suporta a escultura).

A arte, portanto, não é algo que se oferece mas é uma potência. É uma sensação que não se conclui nos sentidos.

Existem sem dúvidas outros modos de referência, outras formas de pensar a arte, de perceber essa infinita e variada matéria que há no detalhe. Uma das piores falácias que se coloca na arte é discutir se uma obra é regional, nacional ou internacional. Em última análise, toda ela é regional porque o artista fala sempre do seu lugar do que o envolve, o que importa é despertar o público para essa riqueza do mundo e da sua relação com esse mundo. Nesse sentido a cidade é um grande exercício, na cidade há uma proliferação de matérias de memórias ao mesmo tempo individuais e colectivas porque os “espaços” falam de nós.

A arte é o belo transmitido por representações criadas pelo homem. Na arte o belo encontra-se em formas distorcidas ou simétricas de uma escultura, na combinação de tintas sobre uma tela, nos movimentos e falas de actores representando sobre um palco (na nossa era televisiva, tecnológica encontramos actores diante das câmaras que levam as imagens ao mundo em questão de segundos) e em palavras que formam frases e versos na literatura e na poesia.

Muitos artistas deixaram obras intrigantes. Os críticos querem interpretá-la, saberem por que fizeram tal obra e não outra, no entanto, esse não é o objectivo da arte, ela não foi feita para ser analisada ou para que se entenda ou compreenda o sentimento do autor. Será que Leonardo da Vinci pintou a "Monalisa" ou a "Última Ceia" para sabermos qual o sentimento que o levou a pintar? Michelangelo fez o "Davi" no intuito dos críticos do século XXI conhecerem sua personalidade? Penso não ter sido esse o objectivo, a arte é para encantar, para despertar o belo, sentimentos, (até mesmo de medo), para interrogar, mas tudo isso do ponto de vista da interioridade do observador.

Percebemos agora que a arte não tem somente finalidade estética, mas também educativa. Ela é um magnífico instrumento para a formação das pessoas em seus mais diversos níveis. A arte, sendo usada para o bem comum resgata

muitas pessoas excluídas da sociedade, tem esse poder de integração. Essa arte, falada, pintada, esculpida, não é a que enfeita uma parede, mas a que educa o outro a ser artista.



6. Fotografia de Carlos Vicente – Castelo de Almourol – “Reflexo” 2009

3.4. Turismo é arte

Esta é a afirmação, exclamação e a interrogação de que, cada vez mais não abduco. Na minha pesquisa são cada vez mais as certezas que vem ao encontro desta razão que alicerço no meu trabalho de campo e realidades vividas.

Turismo é muitas vezes o tempo que o tempo necessita para nos apercebermos do mundo de beleza que nos envolve e altera os sentidos, quando exorcizamos as regras e condicionalismo do dia-a-dia a que a sociedade nos condena.

Soltemo-nos dessa prisão e estaremos mais predispostos a receber a mensagem da arte, do tempo de qualidade e da obrigação que temos, em nos

tornarmos melhores cidadãos do mundo. A arte altera-nos para melhor, tem essa capacidade.

PARTE II – APRESENTAÇÃO DE ESTUDO DE CASO

Capítulo 4 – O passado, a patrimonialização e o espírito do lugar: Castelo de Almourol



7. Fotografia de Carlos Vicente – Ribeira de Tancos – santuário 2010

A reunião na cidade de Québec (Canadá) de 29 de Setembro a 4 de Outubro, 2008, por ocasião da 16ª Assembleia Geral do ICOMOS e dos festejos do aniversário de 400 anos da fundação de Québec, os participantes assumiram a Declaração de Princípios e Recomendações para a preservação do “*spiritu loci*”¹⁸ através da protecção do património tangível e intangível, considerado uma forma inovadora e eficiente de assegurar o desenvolvimento sustentável e social no mundo inteiro.

Esta declaração é parte de uma série de medidas e acções tomadas pelo ICOMOS¹⁹ no decurso dos últimos anos para proteger e promover o espírito dos lugares isto é, a sua essência de vida social e “espiritual”.

¹⁸ Espírito do lugar. Poder identitário dum lugar.

¹⁹ Conselho Internacional de Monumentos e Sítios

As novas Cartas do ICOMOS para Roteiros Culturais e sobre interpretação e apresentação formuladas após amplas consultas e apresentadas para ratificação na actual assembleia, reconhecem também a importância das dimensões intangíveis do património e o valor espiritual dos lugares.

Devido à natureza indivisível do património, valores e contexto que o património intangível assegura aos objectos e lugares, actualmente está-se a considerar a adopção de uma nova Carta especificamente dedicada ao património intangível de monumentos e de sítios. A este respeito fomentam-se discussões e debates para o desenvolvimento de um novo vocabulário conceitual devido às mudanças ontológicas do espírito do lugar. Em vez de separar o espírito do lugar, o intangível do tangível e considerarmos como antagónicos entre si, hoje investe-se nas muitas maneiras dos dois interagirem e se construírem mutuamente.

O espírito do lugar é construído por vários actores sociais, seus arquitectos e gestores, bem como seus usuários que contribuem activamente e em conjunto de forma a lhe darem sentido.

O espírito do lugar oferece uma compreensão mais abrangente do carácter vivo e, ao mesmo tempo, permanente de monumentos, sítios e paisagens culturais. Supre uma visão mais dinâmica e abrangente do património cultural. O espírito do lugar existe, de uma forma ou de outra em praticamente todas as culturas do mundo e é construído por seres humanos em resposta às suas necessidades sociais.

As comunidades que habitam o lugar, especialmente quando se trata de sociedades tradicionais, deveriam estar intimamente associadas à protecção de sua memória, vitalidade, continuidade e espiritualidade.

Reconhecendo que o espírito do lugar é composto por elementos tangíveis (sítios, edifícios, paisagens, rotas, objectos) bem como de intangíveis (memórias, narrativas, documentos escritos, festivais, comemorações, rituais, conhecimento tradicional, valores, texturas, cores, odores, etc.) e que todos dão uma contribuição importante para formar o lugar e lhe conferir um “espírito”,

declaramos que o património cultural intangível confere um significado mais rico e mais completo ao património como um todo, e deve ser considerado em toda e qualquer legislação referente ao património cultural e em todos os projectos de conservação e restauro para monumentos sítios, paisagens, rotas e acervos de objectos.

A importância das novas tecnologias e suas bases de dados podem ser eficazes nos baixos custos para desenvolver inventários que integrem elementos tangíveis e intangíveis do património, de forma à sua preservação, disseminação e promoção dos sítios do património e seu espírito. Estas tecnologias facilitam a diversidade e renovação constante da documentação sobre o espírito do lugar.

Dado que geralmente as comunidades locais, estão melhores posicionadas para compreender o espírito do lugar, sobretudo no caso de grupos culturais tradicionais, nós afirmamos que são também aquelas as melhor equipadas para sua salvaguarda e que estas devem estar intimamente associadas em todos os esforços para preservar e transmitir o espírito do lugar. Meios de transmissão não formais (narrativas, rituais, actuações, experiência e práticas tradicionais etc.) e formais (programas educativos, bancos de dados digitais, *websites*, ferramentas pedagógicas, apresentações multimédia, etc.) deveriam ser fomentados para a sustentabilidade social e económica da comunidade.

A Paisagem²⁰

A paisagem é também um factor primordial para a actividade turística, mas o seu estudo é ainda pouco expressivo. Ainda não se considera de importância fundamental, dentro do contexto da actividade. Muitas vezes descartamos o seu potencial em virtude de não compreendermos a sua real função.

Para o turismo a interpretação da paisagem é algo que se deveria tornar obrigatório. Também a paisagem urbana começa a ser retratada pela arte.

²⁰ www.lusosofia.net

Depois da revolução industrial, que foi a grande responsável pela consolidação e expansão das cidades, grandes obras urbanísticas, largas avenidas, bairros, teatros foram fonte de inspiração para pintores e escritores da época. Mais tarde surgem os automóveis que também intervêm na dinâmica da paisagem urbana.

A descoberta da fotografia, do cinema e posteriormente da televisão e vídeo tiveram um papel importantíssimo na evolução do conceito de paisagem, devido ao seu poder de reprodução e associação com história e estórias.

A criação de imagens e estereótipos homogêneos influenciam na decisão colectiva do que é bonito ou feio. Por um lado isso aguça a curiosidade para conhecer o que foi mostrado pela televisão, mas por outro o indivíduo não precisa mais sair de casa para ver as diferentes paisagens do mundo.

A paisagem existe antes do nascimento do homem, mas só quando este lhe prestou atenção é que surgiu o seu conceito. A paisagem é o que se vê, o real, o vivido, o sentido diferentemente por cada ser humano. Estes elaboram escolhas pessoais, e juízos de valor de acordo com a análise individual da sua percepção. Essa análise sofre influências sociais, culturais, ambientais, emocionais conforme o tipo de uso da paisagem por cada pessoa.

A paisagem depende do olhar do indivíduo e é condicionado em termos fisiológicos, psicológicos, sociais, económicos e informação de cada indivíduo. O sentido da paisagem depende portanto do observador, seja contemplativo, utilitarista, estético ou até mesmo indiferente.

As paisagens estão sempre em constante mutação. Seja por pressões antrópicas, clima, variação de luzes, configurações geográficas e dinâmicas da própria natureza e até da “natureza do observador”.

Para Bertrand “ a paisagem não é a simples adição de elementos geográficos avulsos. É, numa determinada porção do espaço, o resultado da combinação dinâmica, portanto instável, de elementos físicos, biológicos e antrópicos que, reagindo dialecticamente, uns sobre os outros, fazem da paisagem um conjunto único e indissociável, em contínua evolução.”²¹



8. Fotografia de Carlos Vicente – “Tou no céu neste lugar” 2009

²¹ Para Bertrand (1971) A abertura de agências de turismo, com uma consciência voltada para a exploração e preservação das belezas locais, contribuiu bastante para a formação de uma consciência mais valorizadora dos bens naturais.

4.1 A Paisagem e o Turismo

Sem dúvida nenhuma a paisagem, é um elemento imprescindível e responsável pelo desenvolvimento e impulso da actividade turística.

Não afirmaremos que a paisagem seja o único factor que define as decisões de uma pessoa querer viajar. Existem outros factores como os negócios, visita a amigos e familiares, tratamento de saúde que fazem com que as pessoas se desloquem independentemente do que será visto. As condições da paisagem são importantes como factor decisório para uma viagem.

Hoje em dia é fácil notar a crescente procura de lugares que ofereçam as sensações de bem-estar físico e espiritual.

A curiosidade e a vontade de vivenciar novas emoções leva milhares de turistas a movimentarem essa actividade hoje considerada uma das maiores do mundo. Ao ver uma imagem de uma paisagem o turista já se predispõe a imaginar como será suas férias, final de semana, feriado, antes mesmo da partida.

A imagem tem esse poder o de fazer as pessoas sonharem.

O turista na verdade é um coleccionador de paisagens.

A paisagem deve portanto ser considerada como objecto de apropriação estética e sensorial. O primeiro contacto do turista com o local visitado acontece através da visão da paisagem. Durante uma viagem o turista depara com uma diversidade enorme de paisagens, sejam naturais, culturais ou construídas, essas são as imagens que permanecem no seu inconsciente e ao voltar para casa, o turista recorda-se dos lugares, das pessoas e das paisagens visitadas, gerando uma sensação de nostalgia além de acrescentar conhecimentos e leva a que a queiram fazer de novo e reviver as, ou outras experiências.

Segundo Boullón²², por diferente que seja o resultado de uma viagem, ela é o somatório de experiências e lembranças dos lugares por onde passou.

Cruz (2002) aborda uma para uma reflexão interessante. Afinal, o que é uma paisagem turística? “As paisagens turísticas, só existem em relação à sociedade. Elas não existem a priori, como um dado da natureza, é a acção social que dá sentido às paisagens e não o contrário”.

Luchiari (1998) Seguindo esse raciocínio podemos concluir que toda paisagem pode ser turística, depende apenas do seu observador e de como ele interpreta o sentido de cada paisagem.

Paisagem, enquanto imagem.

O apelo do visual é sem dúvida uma potência de recorrente valorização para o recurso turístico e para a sua potencial comercialização. Um turista quando chega a uma agência de turismo compra a imagem do lugar que irá visitar. Essa imagem faz com que ele viaje antes mesmo de sair do lugar, no entanto a distância entre a paisagem e a imagem é enorme, pois a imagem pode ser trabalhada, hoje em dia existem inúmeros recursos tecnológicos que transformam a imagem em verdadeiros paraísos para o futuro viajante.

O poder da “comunicação” é grande, e aliado a outras ferramentas da fotografia digital que usam com frequência, operam milagres.

A promoção turística da imagem deve ser utilizada para públicos específicos. A paisagem já é modificada de acordo com o clima, o horário, a luz e outros factores como vimos anteriormente. Essas diferenças ou variações também atraem pessoas diferentes.

Uma paisagem montanhosa, oferecida para casais em lua-de-mel, é uma boa estratégia, passa a impressão de frio, neblina, o que a torna mais aconchegante e romântica. Mas o mesmo local se oferecido para os amantes de

²² Referência destes três autores sobre o conceito de paisagem – Boullon, Cruz e Luchiari.

desportos radicais e a imagem deve ser luminosa, transmitir calor e apelo à aventura.

Essa é uma preocupação que o profissional de turismo deve ter constantemente. Não se pode oferecer ao turista uma imagem distorcida ou alterada. O turista sentir-se-á enganado na sua chegada ao local por não encontrar o que lhe foi oferecido na agência.

O uso correcto da imagem no turismo é uma questão que deve ser mais discutida entre os profissionais do sector. Não existem critérios nem normas para estabelecer até que ponto uma imagem poderá ser alterada sem comprometer o produto real.

Considerações Finais sobre a paisagem²³

A paisagem faz parte do conceito de bem-estar das pessoas, mesmo sem se aperceberem, a paisagem é a fonte de inspiração para as actividades diárias. Um dia chuvoso e escuro não transmite a mesma sensação de ânimo e alegria de um dia iluminado e quente. Depende da paisagem para ficarmos dispostos ou muitas vezes desanimados, mas é sem dúvida a base de opção da escolha para o dia.

Na actividade turística quando se leva o turista a interpretar a paisagem, tentamos fazer com que ele consiga perceber o significado do que o cerca. Interpretar leva tempo, e quanto mais tempo o turista permanecer no local visitado, mais recursos ele irá deixar. São esses recursos que fazem com que o turismo tenha sustentabilidade.

As paisagens devem ser valorizadas e preservadas para que gerações futuras as possam usufruir. O turismo não tem como se desenvolver em sua plenitude se não levar em consideração o valor das paisagens. Por que se diz que a paisagem é algo tão importante na área do turismo?

²³ Bacharel em Turismo com especialização em Educação de Formadores em Turismo pela EFESO/ Bolonha- Itália. Consultora da Fundação Israel Pinheiro. Ex-Superintendente da Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais.



9. Fotografia de Carlos Vicente – Da torre do Castelo 2010

Simplesmente porque a paisagem faz com que a pessoa viaje antes mesmo de sair do lugar e essa é a função da agência de viagens. Elas vendem imagens transformando-as em sonhos que se podem tornar realidade.

Muitos empresários não entendem a importância desse segmento no turismo, vários donos de pousadas e hotéis só se preocupam com a paisagem de seus quartos e esquecem a envolvente dos seus hotéis e os atractivos turístico que podem ser traçados pelas paisagens. As pousadas e hotéis devem ter apenas quartos confortáveis pois ele é um meio de hospedagem, é não o motivo principal da viagem, e muitas das vezes deixam de lado o foco do turista, a própria cidade, o espírito do lugar a magia da descoberta e das experiências. A função das pousadas e hotéis é de proporcionar ao turista uma boa estadia para que ele possa usufruir dos atractivos externos.

4.2 A importância monumental do castelo de Almourol como produto turístico



10. Fotografia de Carlos Vicente – Castelo de Almourol 2010

Se aceitarmos que a definição de produto de turismo cultural é a conjugação de um elemento patrimonial, tal como o castelo e a sua envolvente, paisagem, arte publica... então sim. Temos um produto de excelência.²⁴

O turismo tem sido um dos fenómenos económicos e sociais mais importantes desde o último século.

²⁴ Levi-Strauss acreditava que uma das fronteiras fundamentais a que todas as sociedades tentam conferir sentido é a fronteira entre a natureza e a cultura”. Natureza e Cultura pag. 162,163

Capítulo 5 - História local e contexto social²⁵

Vila Nova da Barquinha goza de uma atractividade natural, ambiental e monumental reconhecida, mas ainda pouco interessante para formulação de um produto turístico sustentável. Esta Vila ribeirinha foi desde sempre conhecida pela sua forte ligação ao rio Tejo.

As origens de Vila Nova da Barquinha²⁶ são remotas, foi ocupada pelo homem já desde tempos pré-históricos, como se constatou no sítio da Ribeira da Atalaia, ao reconhecer vestígios Neandertais, datados de há 300 mil anos, na Época do Paleolítico Inferior. Após a Reconquista Cristã aos árabes a região conheceu um forte desenvolvimento: surgiram portos fluviais importantes, nomeadamente o de Tancos no século XVI.

Até 1771 Vila Nova da Barquinha era apenas “Barca”, fundada em finais do século XVIII, mas já com ocupação humana bem anterior, que aqui encontrou perfeitas condições de subsistência.

Foi em função do rio Tejo que a povoação se desenvolveu a partir do século XVIII, transformando-se num importante porto e armazém comercial, até aí monopolizado por Tancos.

A principal atracção da região é o maravilhoso Castelo de Almourol situado numa ilha no meio do Rio Tejo, mas o concelho de Vila Nova da Barquinha apresenta outros motivos de visita começando pela agradável arquitectura e paz de espírito das suas ruas, aliadas a monumentos relevantes como a Igreja Matriz de Atalaia, a Capela do Senhor Jesus, a Capela de Nossa Senhora dos Remédios, a Capela de Roque Amador, ou a Igreja de Nossa Senhora da Conceição, em Tancos e claro, a centenária Praça de Touros da Barquinha, o

²⁵ Mação, Hélder Vitória – Tancos, Edição C. Municipal Vila Nova da Barquinha/TipoTejo 1995

²⁶ Site do Município www.vnbarquinha.pt

grande orgulho da vila que vibra com a festa tauromáquica, sendo a segunda mais antiga do País.

Anualmente em Junho decorrem as festividades de Vila Nova da Barquinha, hoje denominada “Barquinha Non Stop²⁷” reunindo milhares de visitantes e gentes locais. Em meados de Agosto, Tancos e Arripiado comungam os festejos das “duas terras um rio”, em honra da Nossa Senhora da Piedade e S. Gonçalo.

Tancos a “vila” mais próxima do Castelo de Almourol anima o seu velho cais, outrora com grande incremento fluvial, onde chegavam as novidades da capital para a região centro do país. Tancos teria sido fundado por cavaleiros franceses que vieram ajudar D. Afonso Henriques na luta contra os Mouros, acreditando-se que o nome Tancos seja uma deturpação de Francos (ou franceses) mas, segundo outras versões, o nome deriva de Tabucos, povos da antiga Lusitânia, que ali se estabeleceram. A importância do seu porto fluvial no séc. XVI foi a de ligar o interior a Lisboa, complementando assim a rede fluvial da Barquinha, já que o rio Tejo chegou a ser navegável até Abrantes por embarcações de médio porte.

D. Manuel atribuiu-lhe foral em 1517, libertando Tancos da jurisdição da Atalaia e foi sede de concelho até ser anexa por Vila Nova da Barquinha que fora, entretanto, elevada a concelho.

“O Prior de Tancos, em 1758, na sua resposta aos inquéritos paroquiais sobre os efeitos do terramoto de 1755, que pouco afectou a vila, descreve Tancos, mais ou menos, nestes termos:

« A Vila está situada no declive de um pequeno monte de onde se vê a Vila de Paio de Pelle, e os Lugares de Tanquinhas, Carregueira e Pinheiro e também, quando o tempo está bom, a vila de Santarém... tem 270 fogos ... mil pessoas.... cobrindo uma área pequena, incultivável ...tendo por Donatário o ILL^a Ex^a

²⁷ Festividades do Concelho da Barquinha – Dia do Padroeiro da Vila Santo António de Lisboa

Marquês de Tancos... tem um grande pego em que podem ancorar grandes barcos, bateiras (barcos sem quilha) e batéis, há muito peixe, como sável, muge, barbo, lampreia, saboga, boga, enguias de que se fazem pescarias das quais se paga dízima ao ILL^o Ex^o Duque de Lafões... dizem que nas suas terras há estanho e chumbo e, no rio, ouro...»



11. Fotografia de Carlos Vicente – Quadro a óleo do autor – “Lenda de Dom Ramiro”²⁸

O Centro Cultural Municipal, está instalado na antiga Igreja da Misericórdia de estilo renascentista e construída em 1585. À sua frente corre o rio Tejo. São inúmeras as rampas para acesso dos barcos ao rio, sobretudo para a travessia para o Arripiado e para viagens turísticas ao Castelo de Almourol.

²⁸ Lenda de Beatriz e o pagem – Castelo de Almourol. Dos “serões de Tancos” de Fernando Amorim

5.1 Castelo de Almourol como local estratégico da defesa do País

Situado numa pequena ilha escarpada, no curso médio do rio Tejo, o Castelo de Almourol é dos monumentos militares medievais mais emblemáticos e cenográficos da Reconquista, sendo simultaneamente, um dos que melhor evoca a memória dos Templários no nosso país.

As origens da ocupação deste local são bastante antigas e enigmáticas, mas o certo é que em 1129, data da conquista deste ponto pelas tropas portuguesas de Afonso Henriques o castelo já existia e denominava-se Almorolan.

Entregue aos Templários, principais responsáveis pela defesa da capital, Coimbra, o castelo foi reedificado e assumiu as características arquitectónicas e artísticas essenciais, que ainda hoje se podem observar. Através de uma epígrafe sobre a porta principal, sabemos que a conclusão das obras foi em 1171, dois anos após a grandiosa obra do Castelo de Tomar, e são várias as características que unem ambos numa mesma linha de arquitectura militar templária.

Em termos planimétricos, a opção foi por uma disposição quadrangular dos espaços. Em altura, as altas muralhas, protegidas por nove torres circulares adossadas, e a torre de menagem, verdadeiro centro nevrálgico de toda a estrutura. Estas últimas características constituem dois dos elementos inovadores com que os Templários pautaram a sua arquitectura militar no nosso país. Com efeito, como deixou claro Mário Barroca, a torre de menagem é estranha aos castelos Pré-românicos, aparecendo apenas no século XII e em Tomar, o principal reduto defensivo templário em Portugal.

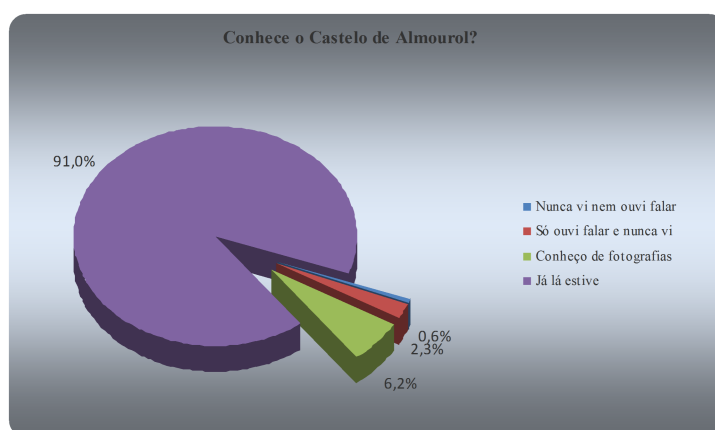
A torre de menagem do castelo de Almourol tinha três pisos e foi bastante modificada ao longo dos tempos, mas mantém ainda importantes vestígios originais, como a sapata, que nos dá a dimensão geral da estrutura. Por outro lado, também as muralhas com torreões adossados²⁹, normalmente providas de

²⁹ Costas com costas – Ante uma da outra.

alambor³⁰, foram trazidas para o ocidente peninsular por esta Ordem, e vemo-las também aplicadas em Almourol.

Extinta a Ordem, e afastada a conjuntura da reconquista que justificou a sua importância nos tempos medievais, o castelo de Almourol foi votado a um progressivo esquecimento, que o Romantismo veio alterar radicalmente. No século XIX, inserido no processo mental de busca e de revalorização da Idade Média, o castelo foi reinventado, à luz de um ideal romântico de medievalidade. Muitas das estruturas primitivas foram sacrificadas, em benefício de uma ideologia que pretendia fazer dos monumentos medievais mais emblemáticos verdadeiras obras-primas, sem paralelos na herança patrimonial. Data desta altura o coroamento uniforme de merlões³¹ e ameias, bem como numerosos, outros elementos de índole essencialmente decorativa e muito pouco prática. No século XX, foi adaptado a Residência Oficial da República Portuguesa, aqui tendo lugar, alguns importantes eventos do Estado Novo. O processo de reinvenção, iniciado um século antes, foi definitivamente consumado por esta intervenção dos anos 40 e 50, consumando-se assim o fascínio que a cenografia de Almourol causou no longo Romantismo cultural e político português.

Esta pergunta no inquérito é bem elucidativa da importância regional e até Nacional do Castelo de Almourol



1. Gráfico – Respondentes à questão: Conhece o Castelo de Almourol?

³⁰ Acréscimo de espessura na base de uma construção de alvenaria

³¹ Entre ameias

PARTE II – APRESENTAÇÃO DE ESTUDO DE CASO

MERCADO DAS ARTES

Capítulo 6 - O projecto turístico-cultural autárquico: Mercado das Artes

Um projecto autárquico que tende ser atractivo e inovador, pelas artes com uma forte componente de estratégia turística na captação de públicos diversificados.



12. Fotografia da Revista Barquinha Viva – “Parque Ribeirinho” 2008

6.1 Como nasce o projecto

O projecto nasce com o objectivo de dotar o Concelho de uma mais-valia, lúdica, cultural e suficientemente atractiva para cativar públicos das artes, turistas culturais, ocasionais e dada a sua proximidade, cativar visitantes ao Ex-libris do Concelho o Castelo de Almourol, visando o incremento de públicos diversificados na sede do concelho, em proveito duma sustentabilidade económica e dinamizadora, fazendo dela a porta de entrada do concelho.

6.1.1 Objectivo da Intervenção

Museu de esculturas - constitui-se como projecto de referência a desenvolver no âmbito da estratégia encetada pelo Município da Barquinha, aquando do ordenamento da frente ribeirinha e consequente implementação do Parque Urbano. O objectivo principal é o de dinamizar pelas artes e pelo turismo o

tecido económico e urbano de Vila Nova da Barquinha trazendo públicos ao museu de escultura.

6.1.2 Caracterização da Operação

No Mercado das Artes - museu de esculturas, constitui a componente mais importante do projecto.

A criação do museu de esculturas de grande qualidade artística a implementar no parque urbano e ribeirinho, visa a dotação de meios à captação de públicos através da arte, e consequentemente à dinamização económica associada, nomeadamente com a venda de merchandising e múltiplos das obras expostas, na loja do museu e turismo.

A articulação com os objectivos e prioridades da Vila, advém da classificação desta intervenção do Programa de Acção na tipologia de operações referida no Regulamento Específico – Política de Cidades – Parcerias para a Regeneração Urbana, permitindo concluir quanto à sua natureza abrangente, contribuindo para objectivos de qualificação do espaço público e do ambiente urbano e promoção da multifuncionalidade dos espaços urbanos desenvolvimento económico, desenvolvimento Social e cultural, uma vez que dada a sua valência multifuncional será uma operação que promoverá a “Dinamização de actividades recreativas e culturais”.

6.1.3 Articulação com os objectivos e prioridades.

A criação do parque de esculturas pretende igualmente assegurar a articulação funcional entre o centro urbano o parque ribeirinho e na sua continuidade o castelo de Almourol através das caminheiras ribeirinhas.

A materialização do projecto não se encerra nesta candidatura, devendo a sua continuidade ser assegurada através de parcerias público e privadas na sua maioria já concretizadas que darão sustentabilidade e vida ao projecto.



13. *Fotografia: Montagem fotográfica – Parque ribeirinho³² 2009*

6.2 Parque Ribeirinho / Museu de escultura

O Mercado das Artes - Museu de Esculturas são um projecto estratégico para a cultura e turismo do Concelho de Vila Nova da Barquinha. A sua estratégia foi encetada pelo Município aquando do ordenamento da frente ribeirinha e consequente implementação do Parque Urbano. O objectivo é a dinamização do tecido económico e urbano de Vila Nova da Barquinha.

³² *Fotografia: Montagem fotográfica da obra da escultora Cristina Ataíde para o Museu de escultura*

6.2.1 Caracterização da Operação

O Museu de Esculturas de ar livre é a componente fundamental do projecto. A criação do museu de esculturas de grande qualidade artística, visa a dotação de meios à captação de públicos diversificados através da arte, e consequentemente à dinamização económica associada, nomeadamente com a venda de merchandising e múltiplos das obras escultóricas na loja do parque/posto turismo.

6.2.2 Articulação com os objectivos e prioridades da Vila

A qualificação do espaço público e do ambiente urbano é premente no Concelho e as funcionalidades diversas dos referidos espaços são uma mais-valia para a sua promoção, enquanto desenvolvimento social, económico, cultural, recreativa e turística.

A criação do parque de esculturas pretende igualmente assegurar a sua articulação funcional com o centro urbano como uma continuidade lúdica e atractiva da vila, não se esgotando apenas na referida candidatura mas forçando a sua continuidade através de parcerias público/privadas, algumas já concretizadas no que se refere à dotação de outras obras de arte quer à realização de eventos associados.

6.3 Edifício dos Paços do Concelho

Objectivo da Intervenção

Mercado de Artes - Edifício dos Paços do Concelho, assumirá novos usos, estando previsto o aproveitamento do piso térreo para a criação da nova galeria de arte, complementar ao museu de escultura de ar livre.

Este edifício encontra-se bastante degradado, sendo de facto necessária uma intervenção rápida com vista à sua reutilização é um dos edifícios mais emblemáticos do núcleo histórico da vila. Antigo estabelecimento prisional mantém a traça antiga. Elemento de referência na malha urbana marcando a Praça da República, contribui para a regeneração de todo o espaço público adjacente.

6.3.1 Galeria de arte

A galeria de arte do Centro Cultural da Barquinha primou nos seus primeiros anos de existência por uma mostra dos trabalhos de artistas locais e regionais tendo no entanto exposto alguns de carácter nacional pelo seu exemplo e persistência no contributo da panorâmica “plástica” portuguesa.



14. Fotografia da Revista Barquinha Viva – Projecto Galeria de Arte 2008

A periodicidade das exposições mensais, originou um vasto número de mostras e exposições de artistas e estéticas diferenciadas.

A abrangência estética foi da pintura á escultura, vídeo, fotografia e instalação. Para isso contribuíram algumas parcerias como escolas de arte e associações artísticas, Gulbenkian, redes das bibliotecas e particulares.

A exemplo de escolas de arte os alunos finalistas de artes plásticas e de escultura da faculdade de Belas Artes de Lisboa, mostraram aqui os seus trabalhos de fim de ano, tal como os alunos do curso de artes plásticas e fotografia do Instituto Politécnico de Tomar com que temos parceria nas referidas áreas.

Além de diversas exposições comemorativas; como os 500 anos da Descoberta do Brasil, a República Portuguesa e vida e obra de autores Portugueses, muitas outras aconteceram. Os artistas locais e regionais com provas dadas foram-se mostrando na galeria, que cumpriu assim a sua função primordial enquanto Galeria Municipal.

Doze anos de exposições, criaram com os munícipes e público em geral uma simpatia e cumplicidade que sustenta agora, como ficou demonstrado nos inquéritos usados neste trabalho uma boa relação e aceitação das artes nas mais diversificadas vertentes.

6.4 Edifício do Centro Cultural

No âmbito do Mercado de Artes, este também este edifício (Centro Cultural) assumirá novos funcionalismos, estando previsto o aproveitamento de parte do piso térreo para a criação de um posto de informação turística e loja do museu de esculturas.



15. *Fotografia de Carlos Vicente – Centro Cultural da Barquinha 2009*

6.4.1– Loja do Museu e Turismo

Nesta loja do Museu e Turismo, podem-se obter informações, sobre o museu de escultura os eventos inerentes, as exposições venda de múltiplos das obras expostas e livros de arte alusivos aos escultores presentes em obra de arte no museu, aluguer de áudio-guias e merchandising diversificado.

Tancos tem como apoio a devida informação histórica, roteiro turístico e merchandising alusivo.

A promoção e divulgação do Concelho são um dos pontos fortes desta loja que tem também a cargo a divulgação da animação de verão do parque ribeirinho e de outros eventos como a “Barquinha Non Stop”, já uma referência das festividades locais e regionais.

6.4.2 Auditório do Centro Cultural

O Auditório também será alvo de requalificação para estar à altura desta nova vertente, que poderá ser aqui (no auditório) debatida e explorada em todas as suas linhas e caminhos, através da realização de colóquios em parceria com outras entidades, artistas e escolas de arte.

6.4.3 Biblioteca do Centro Cultural

No âmbito do Mercado das Artes prevê-se a requalificação da biblioteca do Centro Cultural em torno da temática da temática das artes. A biblioteca municipal será objecto de especialização em termos de conteúdos relacionados com a temática apresentada, através da aquisição de livros especializados que permitam ao público em geral, aprofundar os seus conhecimentos sobre arte, e em especial a arte pública.

6.5 Anexo ao Centro Cultural – Manutenção do Museu

Também no âmbito do Mercado de Artes pretende-se a reabilitação de um edifício contíguo ao auditório do Centro Cultural, localizado no centro histórico, na

frente ribeirinha junto ao parque urbano, para a instalação de um ateliê de limpeza e manutenção das obras do referido parque.

6.6 Reutilização do Edifício da Hidráulica - Ateliers Diversos

Continuando no âmbito do Projecto Mercado das Artes, houve necessidade de se definir locais destinados à concepção e à prática executiva das artes com realce específico para a escultura. Pretende-se assim a reutilização do edifício de localização privilegiada, para a instalação dos ateliês artísticos e dotar este sector de meios de forma a possibilitar a realização quer desses ateliês, quer de outros eventos daí resultantes.

A Casa da Hidráulica é um edifício na extremidade oposta do Parque, face ao Centro Cultural, onde se prevê a realização de oficinas de artes e workshops nas mais variadas vertentes artísticas, desde o desenho à pintura, fotografia, vídeo e teatrinho infantil quer sejam de marionetas, de sombras chinesas ou outras intervenções adequadas aos públicos que com eles se identifiquem, pelo que é necessária a realização de investimentos ao nível de equipamentos que permitam a realização destas actividades com a qualidade exigida de maneira a que possam ser uma continuação viva do museu de escultura.

Caracterização da Operação

Os edifícios da Casa da Hidráulica e Paços do Concelho, estrategicamente localizados permitem assegurar funções na extremidades nascente do Parque Urbano uma vez que o Centro Cultural se situa a poente, complementando as actividades desenvolvidas quer na casa da hidráulica (ateliês) quer no edifício dos paços do Concelho (galeria de arte) quer no Centro Cultural, auditório, biblioteca e loja através da aquisição de equipamentos especializados, o que permitirá realizar eventos e prestar serviços com mais qualidade e com mais frequência através das parcerias concretizadas nomeadamente com a Fundação Júlio Resende, Fundação EDP, Fundação PT e IPT-Tomar entre outras.

Articulação com os objectivos e prioridades

Na sua natureza abrangente e contributiva nos objectivos prioritários na qualificação do espaço público e do ambiente urbano nomeadamente enquanto operação, que promove a actuação sobre equipamentos colectivos de identidade e referência, a promoção da multifuncionalidade dos espaços urbanos produz mais-valias, nomeadamente sendo uma operação que propõe a recuperação de edifícios e espaços para a instalação de novas actividades culturais com implicação económica, desenvolvimento social e cultural, que promoverá a “dinamização de actividades recreativas e culturais” do Concelho na forma de sustentabilidade e mais-valias quer para o público em geral quer para as gentes locais.

6.6.1 Escultura

No âmbito do mercado das artes e querendo manter vivo, a “alma” da escultura, efectuar-se-ão diversificados workshop's em diversas matérias e tendências estéticas monitorizados por artistas nas referidas áreas, para crianças e adultos que queiram sentir os materiais e matérias, usando da criatividade.

Estes ateliês poderão ser apoiados por palestras alusivas, quer ao trabalho dos artistas, quer aos materiais e técnicas utilizadas no auditório do Centro Cultural.



16. Fotografia de Carlos Vicente – Pintando no ateliê de desenho e pintura 2009

6.6.2 Desenho e pintura

Estes ateliês existem há 10 anos. Começaram por ser efectuados na galeria de arte (no seu dia de fecho ao público) e recentemente já na casa da hidráulica, com o empenho de sempre e um número cada vez maior de praticantes nas “coisas das artes”. Importante, tem sido a prática dos alunos e artistas do ateliê que neste momento já expõem os seus trabalhos a nível regional e alguns a nível nacional participando em concursos de artes, ateliês e dias de pintura de ar livre. Conta do curriculum destes artistas diversificadas exposições e participações em eventos de artes. Perspectivam-se com as parcerias existentes e outras que se aguardam a criação de alguns eventos anuais a fim de terem uma maior visibilidade e atractividade.

6.6.3 Fotografia e vídeo

A fotografia e vídeo estão ainda na sua génese e terão participação de professores e alunos, do Instituto Politécnico de Tomar no apoio aos workshop's de fotografia e vídeo, assim que estiver criado o espaço de laboratório, incluso no projecto do mercado das artes no edifício casa da hidráulica.

6.6.4 Teatro marionetas

Aquando da vinda das escolas á biblioteca para a hora do conto, criamos alguns sketchs de marionetas e fantoches e um teatrinho de sombras que fazia as delícias dos mais pequenos. Assim com a ajuda de um marceneiro local interessado, vamos recriar o ambiente dos velhos “bonecreiros”, construindo os próprios bonecos e estórias, que queremos levar às escolas para inter-agir com os alunos. Sabemos que desta forma estamos a criar interesses na área das artes que ajudarão a dar consistência a todo um processo criativo que queremos para o concelho, para as artes em geral e na ajuda á formação dos jovens cada vez mais distantes desta tradições que são um elo com o passado e uma projecção para o futuro.

Outras perspectivas e outros ateliês acontecerão conforme a imposição que se julgue necessária e importante dentro dos actuais contextos de estudo escolar e intervenções sociais que tenham a ver com os jovens e inovações nos caminhos por eles percorridos.

6.7 Alojamento Temporário para Criadores

Objectivo da Intervenção

Dotar o centro urbano de um meio de alojamento para criadores, que estejam a desempenhar o seu trabalho criativo em vila Nova da Barquinha, prevendo-se igualmente a participação desses artistas em eventos do Mercado das Artes, como por exemplo, performances e workshops diversificados nas áreas criativas.

Recuperação de um edifício em avançado estado de degradação, propriedade da Câmara Municipal, que confina com o Parque Ribeirinho e com a Casa da Hidráulica – Ateliês de Artes, o que permite o acesso directo dos artistas ao espaço físico, permitindo-lhes a fruição em termos artísticos, quer na realização de workshop's quer na feitura criativa de obra para o Concelho ou em prol do concelho da Barquinha, substanciando assim o próprio museu de escultura, galeria de arte e ateliês.

No âmbito do Mercado das artes criar espaços resultantes da reabilitação do parque habitacional, beneficiando o património construído e simultaneamente dinamizar a estrutura económica concelhia em articulação com as acções a decorrer no centro urbano e especialmente no mercado das artes.

6.8 Implementação de um Sistema Áudio-Guias, Wireless e CCTV's .

Objectivo da Intervenção

Aquisição de áudio-guias, que permitam aos visitantes do Museu de Esculturas de ao Ar Livre, ler ou ouvir conhecimento, aos olhos do próprio criador, permitindo estabelecer um contacto mais com a obra de arte, interpretando-a em todas as suas componentes e ainda o historial e curriculum do autor, outras peças por ele produzidas, exposições etc...

Caracterização da Operação

Os áudio-guias permitem serem também utilizados na visita ao Castelo de Almourol ex-libris do Concelho e outros Monumentos do Concelho, com importância relevante, como a Igreja Matriz da Atalaia, Igreja Matriz de Tancos, Igreja da Misericórdia, cais de Tancos, Praça de Touros e capela do Reclamador.

Este tipo de equipamento permite ultrapassar barreiras existentes, para determinados visitantes, como é o caso dos invisuais. O recurso às novas tecnologias para a integração conceptual de todo o visitante é uma mais-valia.

Estabelecimento de uma rede wireless no Parque Ribeirinho, permitindo aos visitantes a ligação grátis à Internet, criando mais um factor de atracção para o centro histórico da vila.

Criação de um circuito fechado de CCTV, que permita, uma vigilância contínua aos equipamentos a instalar no Parque, com especial atenção às Esculturas, permitindo também a segurança dos visitantes ao Parque de Esculturas.

Também não menos importante o aluguer (simbólico) de cadeiras de rodas para permitir aos mais idosos ou deficientes motores a sua deslocação, junto às referidas obras de arte ou simplesmente na usufruição do parque ribeirinho, dado que é atravessado por diversas caminheiras que permitem essa circulação...

6.9 “Caminheiras”

As caminheiras são faixas de cimento colorido que atravessam o parque em diversas direcções de maneira a que possam ser percorridas pelos visitantes a pé de bicicleta de segway, skates ou por cadeiras de rodas. Existe já um projecto (incluso no Parque Almourol) para que as caminheiras saiam do parque ribeirinho, percorram a margem esquerda do rio até ao castelo de Almourol e numa segunda fase até Constância, a fim de se ligarem às já existentes daquele Município, criando assim a possibilidade de se criar um espaço ribeirinho alongado e

excepcionalmente atractivo para um percurso pedonal/turístico que una os dois municípios, Barquinha a Constância.

As paisagens ribeirinhas, a fauna e a flora local darão ao percurso diversificadas razões para que se torne uma referência da beleza natural, local.

6.10 Estratégia final - O que poderá representar este projecto como experiência para o turista e comunidade local.

Turismo é arte

Começando pela comunidade local. Será, sem dúvida, uma identificação com o projecto em si e uma valorização do meio onde está inserido.

A aura artística tende a desenvolver uma atractivamente de públicos diversificados que é benéfica à sua sustentabilidade económica e à maneira dos locais se verem a si próprios, enquanto parte do todo o processo, quer na componente artística quer na componente turística.

Só estando de bem consigo próprios e com o projecto, as populações locais podem receber bem os turistas e visitantes. O aumento da auto-estima é também uma mais-valia, a restauração, o alojamento, as lojas, serviços, e claro, toda a dinamização e protagonismo local, daí resultante.

O Turista ou visitante beneficiará de uma acessibilidade facilitada pelas novas vias de comunicação, referencialmente pelo nó da Atalaia.

De uma maior informação sobre os monumentos do Concelho na sua loja do turismo e museu. Informação sobre o museu de escultura e artistas nele participantes, quer com folhetos explicativos quer com o apoio dos áudio-guias que pode alugar simbolicamente e usufruir de toda a explicação, sobre as referidas obras, autores e processos criativos.

A Venda de múltiplos das obras ou merchandising do museu. Ter uma experiência inovadora de acompanhar em arte pública, uma fase criativa, dos

principais artistas dos 60 à contemporaneidade, um salto no tempo, de Alberto Carneiro até Joana Vasconcelos, mais de quatro décadas de arte de artistas portugueses.

Capítulo 7 – Acções de Comunicação e Marketing

7.1 Criação e Implementação de uma Estratégia de Comunicação para o Mercado das artes.

A importância crucial de um plano de comunicação e marketing para projecção e divulgação do Museu de Escultura.

“Assumo que a comunicação é central para a vida da nossa cultura, sem ela, toda e qualquer cultura morrerá”³³

Comunicar é uma actividade intrínseca ao ser humano. A comunicação envolve signos e códigos. Os signos são as representações e os códigos as interacções entre eles.

Cada vez mais o mundo rege-se por estes códigos sejam palavras ditas ou escritas sejam imagens reais ou não, sons, cheiros ou cores... o que interessa é emitir a mensagem para que um receptor, esteja aqui ou a milhares de quilómetros a entenda e a use no seu poder. Cada vez mais o mundo é um mundo de imagens pelo que faz todo o sentido ligá-las a este projecto.

O Marketing é o suporte da mensagem, a forma que nos surge diante dos olhos, depois o poder comunicativo da mensagem pode ser “arrasador” no bom e no mau sentido, ultrapassando diferenças culturais, sociais e até estéticas.

Sendo o Turismo arte é suposto, não ser indiferente à comunicação estética da mensagem.

³³ Fiske, John. Iniciação ao estudo da comunicação. Edição Asa (Out98) 4ª Edição (pag.14)

7.1.1 Caracterização da Operação

Promover e potenciar a imagem do Mercado das Artes junto dos seus munícipes e diferentes públicos estabelecendo laços de confiança e fazendo com que reconheçam a sua identidade e a instituem como **referência cultural**.

Desenvolver uma campanha de imagem na comunicação social, regional e nacional, promovendo eventos na área das relações públicas, através da Identidade gráfica, vestuário, sistema de sinalização urbana e sinalização externa de edifícios, material promocional, desdobrável alusivo ao museu e espaços associados, versão multilingue dos catálogos das obras expostas, versão multilingue do site na Internet, versão multilingue dos outdoors e merchandising diversificado e múltiplos das obras expostas ou dos autores representados.

7.1.2 Articulação com os objectivos e prioridades

Promover e divulgar o projecto Mercado das Artes – Museu de Esculturas, tendo sempre como objectivo, primeiro a dinamização cultural, e socioeconómica do Concelho.

Plano de Comunicação:³⁴

- Missão/objectivo: Promover Vila Nova da Barquinha como destino turístico de excelência realçando a monumentalidade do Castelo de Almourol e Mercado das Artes.
- Identidade do projecto
- Valor do projecto (mais-valias: diversidade – arte, paisagem, monumentos)

³⁴ Baseado no projecto de Augusto Mateus para o Barquinha Parque.

- Criação de uma imagem de marca (assente numa ou duas ideias fortes)
- Definir os públicos-alvo: pessoas ligadas às artes; escolas; estudantes; turista 'comum'.
- Encontrar as mensagens para cada público-alvo.
- Elaborar estratégias/acções de comunicação (kits, assessoria de imprensa, eventos, etc) Identificar os meios (net, jornais e rádios regionais, media nacionais)

PARTE III – ESTUDO DE POTENCIAIS TURISTAS E VISITANTES

Capítulo 8 - Estudo de potenciais turistas e visitantes através de um inquérito de amostra intencional.

8.1. Metodologia utilizada

Tal como foi explicado anteriormente, investiu-se numa estratégia de investigação qualitativa consistindo em duas fases:

Entrevistas exploratórias com vinte indivíduos, seleccionados por diferentes razões (representatividade política, acção local, participação cultural, por exemplo), tal como é explicado no Anexo 01

Inquérito on-line a uma amostra por conveniência através da técnica bola de neve. Construiu-se um inquérito on-line que foi disseminado através de e-mails e através do facebook entre Outubro e Dezembro de 2010. Responderam 181 indivíduos, registando-se três fases/áreas de abrangência geográfica, tal como foi explicado na Introdução.

Na aplicação das entrevistas e nas primeiras leituras do inquérito online, sentimos uma grande receptividade, quer dos munícipes quer do público em geral, pelo projecto em estudo. Esta noção foi confirmada na própria análise dos dados.

8.2 Entrevistas exploratórias:

Foram realizadas 20 entrevistas a munícipes e entidades locais, entre Junho e Outubro de 2010, tentando compreender desta forma directa, a aceitação do público em geral e comunidade local e a sua viabilidade futura, dando desta maneira sustentabilidade à pesquisa em curso.

8.2.1 Inquérito on-line: Guião

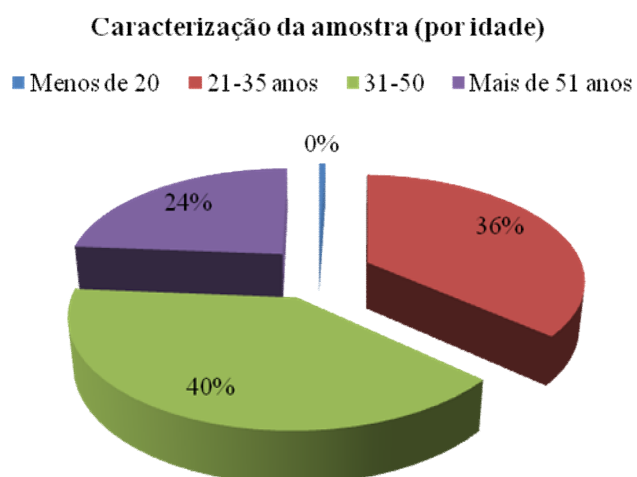
O inquérito foi montado através de um website especializado (Survey Monkey) e foi disseminado por mail e pelo facebook, como já disse, entre Outubro e Dezembro de 2010. Responderam 181 indivíduos, registando-se três fases/ áreas de abrangência geográfica.

O seu guião pode ser visto no Anexo 2

Capítulo 9 – Análise dos resultados do Inquérito

9.1 Caracterização da amostra

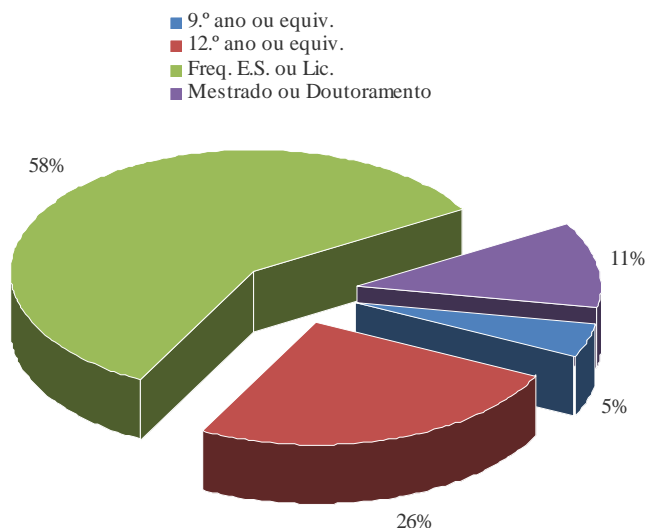
A amostra foi constituída por 181 respondentes. Foi feita a sua caracterização de acordo com quatro variáveis: sexo, idade, habilitações e concelho, podendo desta forma identificar potenciais factores de enviesamento.



2. Gráfico – Caracterização dos respondentes por idades

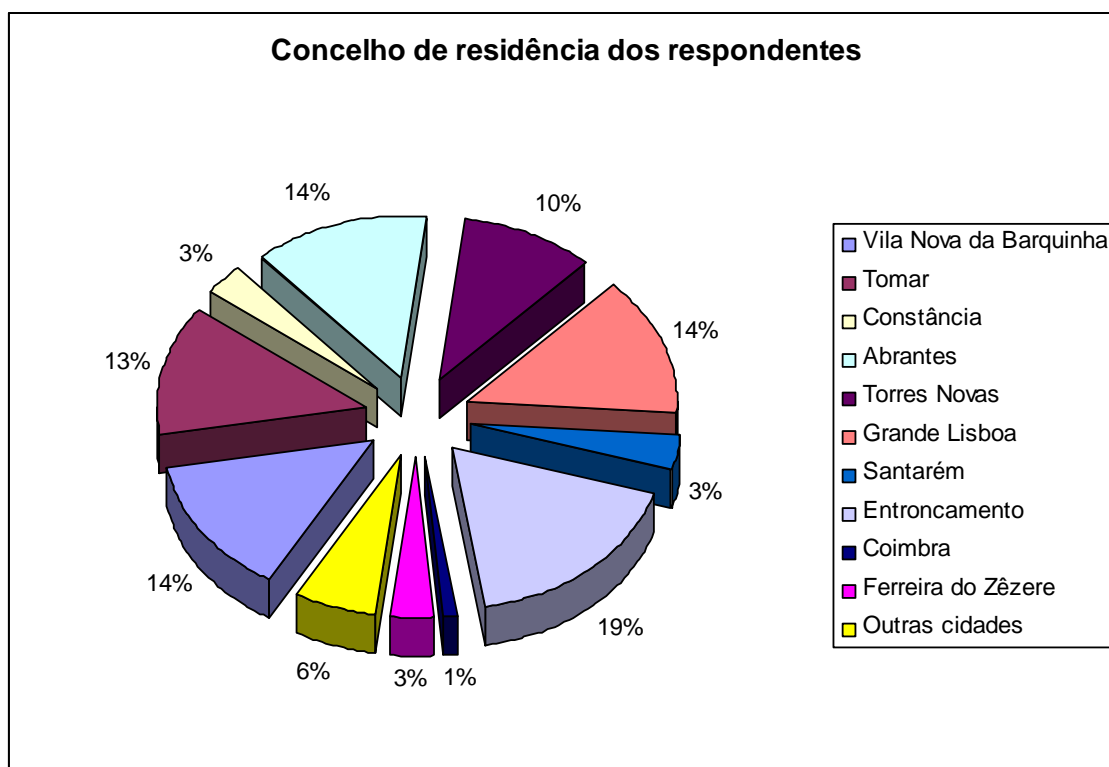
A amostra tinha 55% de mulheres e 45% de homens. A grande maioria dos respondentes tinha idades compreendidas entre os 31 e os 72 anos.

Caracterização da amostra (por habilitações literárias)



3. Gráfico – Caracterização dos respondentes por habilitações literárias

Trata-se de uma amostra com habilitações literárias bastante elevadas, uma vez que mais de 58% frequentou o ensino superior ou tem uma licenciatura, ou mestrado/ doutoramento.



4. Gráfico – Concelho de residência dos respondentes

Do ponto de vista de Concelho de Residência, torna-se clara a enorme mobilidade entre os concelhos vizinhos, sendo que a maioria dos respondentes vive no Entroncamento, Vila Nova de Barquinha, Tomar e Abrantes. Também existe um grupo representativo de respondentes dos diferentes concelhos da Grande Lisboa.

9.2. Efeitos da disseminação do inquérito por bola de neve nas tendências de resposta

Quadro2 – Faseamento da disseminação por bola de neve

Fase I - No Concelho - Outubro

Fase II - No Concelho e na região - Novembro

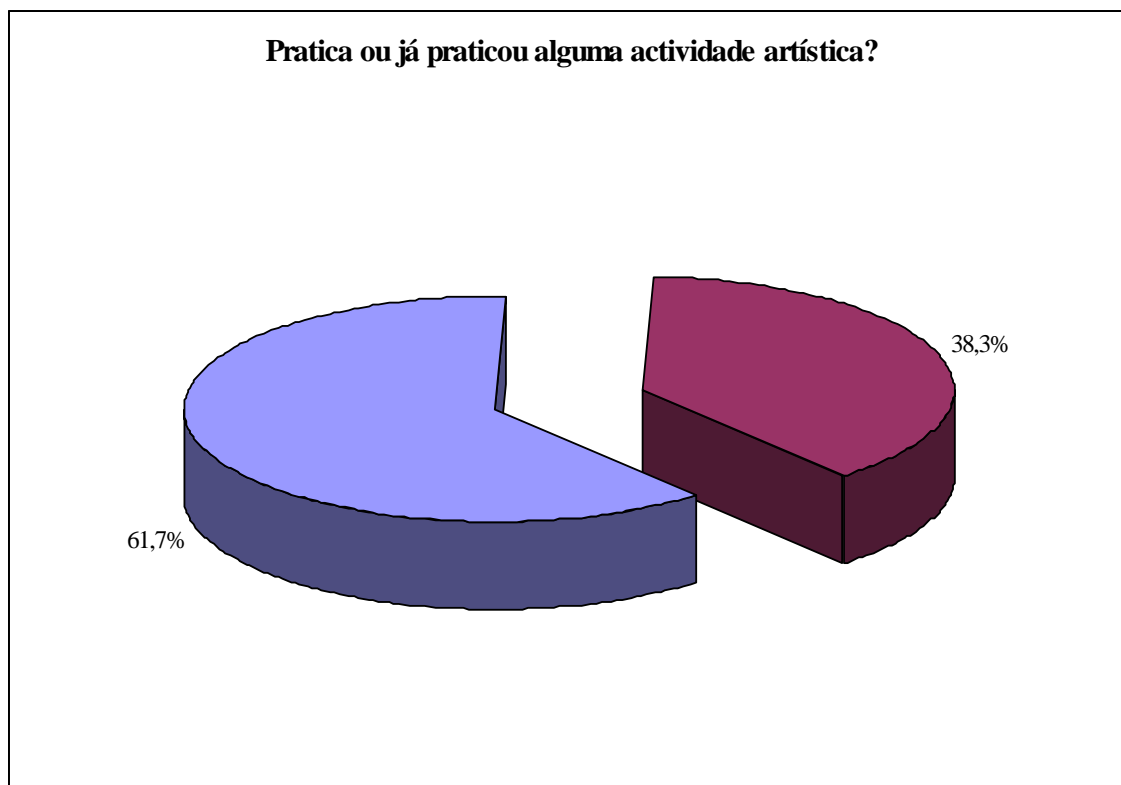
Fase III - No Concelho, na região e abrangência Nacional - Dezembro

Tratando-se de um estudo qualitativo, foi dada uma certa importância ao concelho de residência dos respondentes.

O inquérito foi lançado inicialmente em Outubro dentro do Concelho aos amigos e conhecidos de maior proximidade, uma segunda fase em Novembro onde alargamos aos amigos dos amigos e começam a chegar respostas de dentro e fora do Concelho e em Dezembro uma terceira fase em que solicitamos aos conhecidos dos amigos dos amigos tornando assim mais alargado e generalista a recolha de dados sobre a atractividade dos monumentos locais e as possibilidades de viabilização do projecto mercado das artes, usos e costumes, atractividade às coisas das artes...

Estas fases não tão rígidas quanto possam parecer, prolongam no tempo e no espaço as informações solicitadas e em relação aos padrões crescem ou decrescem consoante o afastamento do Concelho.

A exemplo:



5. Gráfico – Respondentes à questão: *Pratica ou já praticou alguma actividade artística (desenho, pintura, escultura, musica, fotografia...)*

<i>Já praticou alguma ...</i>	<i>Outubro</i>	<i>Novembro</i>	<i>Dezembro</i>
<i>Sim</i>	88.2%	73.5%	61.1%
<i>Não</i>	11.8%	26.5%	38.9%

2 Quadro – Questão: *A mesma questão faseada no tempo (3 meses)*

Ao afastarmo-nos do Concelho da Barquinha essa percentagem vai decrescendo ou crescendo conforme a questão apresentada e segundo indicação dos gráficos apresentados e exemplo no quadro 2, faseados no tempo e no espaço (relembro as fases).

Deve-se ao trabalho que o município tem feito nesta área cultural, quer com a programação das festividades mais virada para o teatro e performance do que para o tradicional artista de palco, aproveitando assim as valias do parque ribeirinho, quer nas diversificadas exposições na galeria de arte durante 12 anos, com largas dezenas de exposições que ambientaram um publico às “coisas das artes” e os 10 ininterruptos anos de ateliê de desenho e pintura, por onde passaram mais de centena e meia de “artistas” locais.

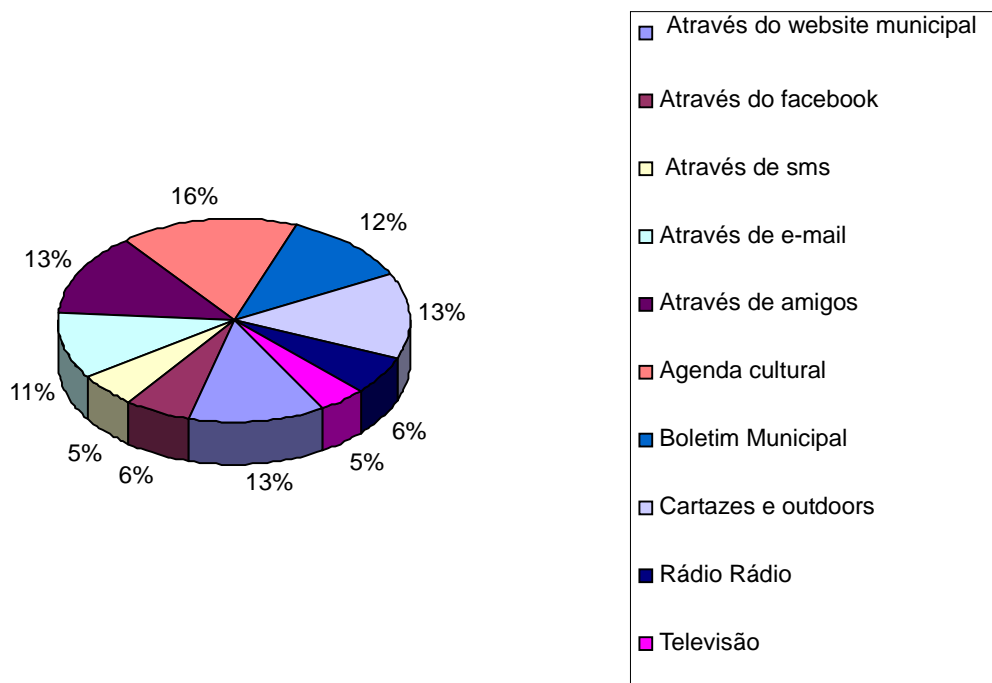
Outra questão importante na dinamização e informação das actividades culturais no Concelho.

Conhecimento das actividades?	Outubro	Novembro	Dezembro	Respostas
Website municipal	11.8%	29.9%	54.3%	94
Facebook	11.8%	17.9%	26.0%	45
Sms	44.1%	28.4%	23.7%	41
e-mail	55.9%	43.3%	46.8%	81
Amigos	73.5%	61.2%	56.6%	98
Agenda Cultural	82.4%	77.6%	71.7%	124
Boletim Municipal	61.8%	62.7%	49.1%	85
Cartazes Outdoors	73.5%	67.2%	59.0%	102
Rádio	29.4%	25.4%	25.4%	44
Televisão	32.4%	26.9%	19.7%	34

3. Quadro – Questão: Como tem conhecimento das actividades culturais e recreativas da sua localidade?

Em relação à agenda cultural ou ao recebimento por sms ou aos outdoors o afastamento do concelho é notório e proporcional à decrescente percentagem, no entanto é crescente em relação á mensagem através do facebook ou do website municipal o que tem a sua razão de ser, pois quanto maior o afastamento da

Barquinha mais recorrentes são estes métodos, que podem ser pesquisados em qualquer lugar.

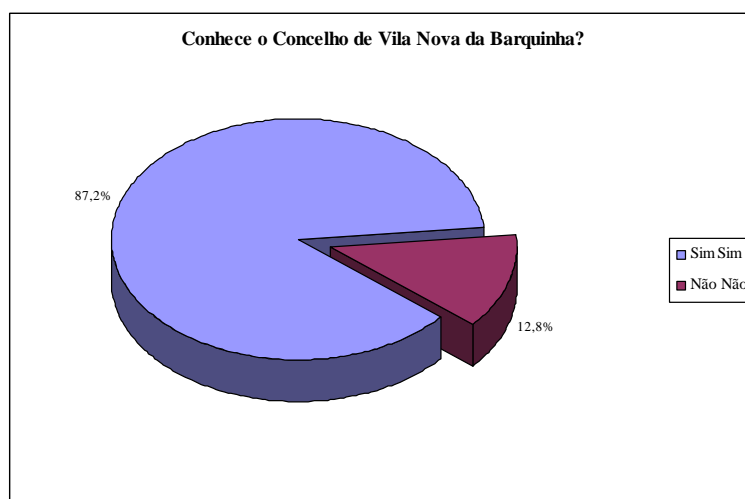


6 Gráfico - Como tem conhecimento das actividades culturais e recreativas da sua localidade?

9.3. Relação com Vila Nova de Barquinha

A maioria dos respondentes conhece o concelho de Vila Nova de Barquinha, tendo algum consenso nas representações do Concelho.

A maioria dos respondentes reconhece, na caracterização espontânea, em Vila Nova da Barquinha a ligação ao rio e o potencial do património natural:



7. Gráfico – Respondentes à questão: Conhece o Concelho de Vila Nova da Barquinha?

“Grande desenvolvimento, área verde muito agradável, sítios de lazer, vasto património.”

“Uma localidade “à beira-Tejo plantada...” com o antigo porto de “Barcas”.

“O jardim/Parque e a bela vista da proximidade do Rio Tejo.”

“Um local com uma paisagem maravilhosa, aprazível e calma, que o Tejo alinda e o Castelo de Almourol engrandece, aliado a importante vida cultural movida pela força de voluntariado e apoio autárquico.”

Pode-se distinguir dois símbolos na caracterização do concelho: o Rio e a vivência deste (existindo uma menção repetida ao Parque Ribeirinho); o Castelo de Almourol e a sua ligação à região.

Ainda na sua relação com o Concelho, foi perguntado aos respondentes se consideravam que a arte e cultura poderiam ser importantes. A maioria das respostas foi afirmativa, confirmando a tendência registada noutras áreas do inquérito, como se verá adiante. Como se tratam de questões abertas, algumas respostas foram mais exaustivas:

“A Tradição, a Arte e a Cultura dão uma imagem forte a uma região e, deste modo, respondo afirmativamente à questão.”

“Se devidamente integrada no contexto municipal permitindo que a população compreenda e usufrua, sim.”

“Toda a arte tem valores transcendentos.”

“Tudo o possa contribuir positivamente para que os espaços públicos sejam espaços aproveitados para a criação, para o enriquecimento e agitação do nosso sentido crítico... é óptimo!”

Alguns respondentes discutiram nesta resposta a importância de outros aspectos da vida autárquica, nomeadamente a prioridade na acção social em detrimento da acção cultural, demonstrando as tensões muitas vezes existentes dentro da gestão municipal.

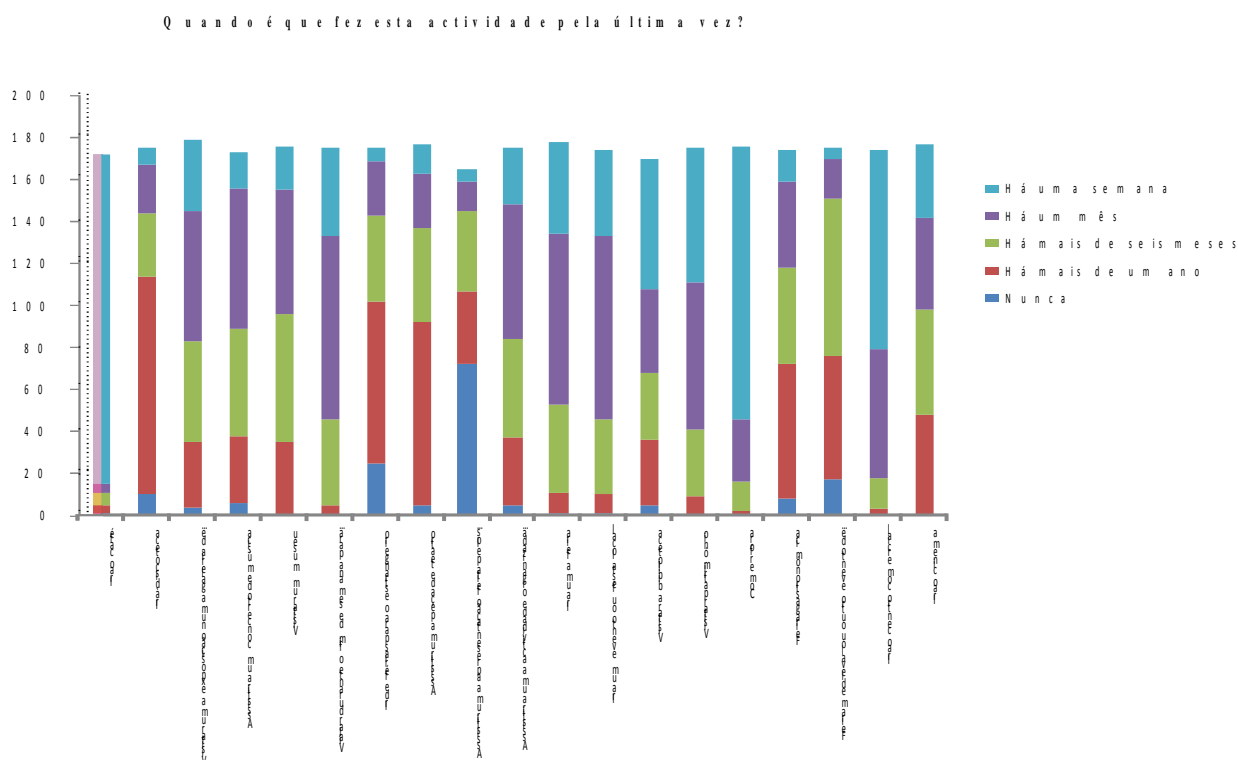
São dados relevantes e elucidativos que nos mostram a relação da população com o “meio” que os envolve.

Esta é a questão mais comum, dá-nos conhecimento do dia-a-dia da população local, seus usos e costumes.

Quando fez esta actividade pela última vez	Há quanto tempo		Out	Nov	Dez
Ir ao café	1 semana		94.1	90.6	91.6
Ir á discoteca	1 ano		58.8	61.2	60.4
Visitar galeria de arte	1 sem / mês		38.2	39.7	35.3
Assistir concerto música	1 mês		55.9	37.3	39.1
Visitar um museu	6 meses		35.3	35.8	34.9
Fim semana nacional	1 mês		55.9	52.3	50.3
Férias no estrangeiro	+ 1 ano		41.2	42.6	44.4
Assistir a uma peça teatro	6 m / 1 ano		41.2	45.6	49.7

Ass. Representação filhos/netos	nunca		46.7	41	43.2
Ass. Actuação associação local	1 mês		40.6	38.5	35.5
Ir a uma feira	1 semana		41.2	36.8	45.7
Ir a um evento local	1 mês		45.5	48.5	36.5
Visitar uma biblioteca	1 semana		40.6	38.5	35.5
Visitar património	1 semana		54.5	47	40.4
Comer fora	1 semana		79.4	68.7	73.7
Feira gastronómica	+ 1 ano		45.5	43.9	37.9
Feira medieval reconstituição histórica	+ 6 meses		35.3	40.3	43.5
Ir centro comercial	1 semana		44.1	45.6	54.1
Ir ao cinema	+ 6 meses		41.2	35.3	29.1

4. Quadro – Respondentes à questão: Quando é que fez esta actividade pela última vez?



8. Gráfico – Respondentes à questão: Quando fez esta actividade pela última vez

Na questão - Assistir a uma representação feita pelos seus filhos ou netos?

A pertinência da percentagem é assustadora e merece ser estudada. Que tipo de geração estamos a criar? quais os valores lhes estamos a inculcar? também é demonstrativo do tipo de vida que levamos, em que o tempo para a família é realmente escasso em que se começa a sobrepor a sobrevivência há vivência em qualidade.

Neste quadro podemos observar também que a ida ao café e comer fora será o acto mais imediato dos portugueses, depois o ir a uma discoteca dentro do prazo alargado de um ano, assistir a um concerto no espaço de um mês, visitar o património e sair para um fim-de-semana no espaço de uma semana, um evento local dentro de um mês, museu, teatro e recriação histórica, dentro de um ano... e no final (relembrando) o **nunca** na assistência às representações efectuadas pelos seus filhos.



17. Fotografia de Carlos Vicente – O descanso da faina – Ribeira de Tancos 2009

9.4 Importância de um projecto de arte para a comunidade

Uma importante parte do inquérito foi dedicada a questões de natureza aberta, permitindo aos respondentes escreverem a sua opinião de forma concreta.

Na sua opinião, qual a importância das artes num projecto cultural autárquico?
<p>O papel das artes é importante porque a arte é tudo, a música, o cinema, as Feiras e Festas, as tradições, então, considero importante que um projecto cultural sem arte, não é cultural</p> <p>Fundamental para uma visão cultural global.</p> <p>É crucial a presença das artes num projecto cultural, no sentido de dinamizar o contacto com a população, através do abstracto.</p> <p>Atrair turistas e residentes e futuros residentes</p> <p>Área de maior relevância, factor de desenvolvimento para além da cultura da sua população residente são um motivo de atracção para os visitantes</p> <p>As artes são a forma mais completa e transversal de transmitir a todo o tipo de público imagens do património local, sob várias perspectivas. Desenvolvendo-se projectos artísticos que tenham como base inspiradora ou ponto de partida o património local, valoriza-se o mesmo e atribui-se-lhe importância, o que é uma mais-valia para a cultura dos habitantes mas também para atrair novos públicos à região.</p> <p>Desenvolvimento cultural dos residentes e talvez, se os eventos forem de qualidade, atracção para visitantes exteriores</p> <p>Um projecto bem feito, para além da parte educacional, poderá, ainda, funcionar como centro de atracção turística.</p>

5 Quadro: Na sua opinião, qual a importância das artes num projecto cultural autárquico?

A maioria das respostas poderão ser consultadas no Anexo 3, no entanto, tirando um pequeno número de referências aos actuais constrangimentos financeiros e às prioridades sociais, todos os outros respondentes consideram que as artes são

fundamentais para um projecto cultural autárquico, quer como forma de envolvimento da comunidade, quer como pólo de atracção turística.

Acha que a convivência directa com a arte e criação artística vai alterar o comportamento social dos munícipes?

Irá influenciar se conseguir ser direccionado à sua população, não acho que pessoas desprovidas de conhecimentos artísticos de um momento p/ o outro comecem instantaneamente a apreciar alguns tipos de arte, mas se forem orientados nesse sentido, penso q pode ser uma óptima influência.

Sem dúvida, ninguém fica indiferente a longo prazo, e a criatividade e inovação serão fundamentais para a diferenciação dos territórios

Sim, pode ser factor de alguma mudança

Pelo menos vai alegrar o dia a dia, com uma saída da rotina.

Se não formos educados a apreciar as criações artísticas, talvez nem as paisagens, a Natureza, os recursos consigamos ou queiramos preservar. Temos de saber dar valor ao que é belo apenas pelo facto de o ser.

Acho que sim porque pode despertar interesses por actividades diferentes e que o contacto com elas pode ajudar a conhecer

Tenho a certeza que de alguma forma altera o comportamento social dos munícipes. Como nem todas as pessoas reagem da mesma maneira perante o mesmo estímulo, penso que as várias formas de arte e criação artística devem ser o mais diversificado possível

Sim, já tinha inclusivamente expressado essa ideia na questão 6. A arte põe as pessoas a conversar, a debater ideias, a estar mais tolerantes à novidade, à diferença.

Acho que altera pois incute na população valores artísticos de cultura, de imaginação e criação muito importantes para o desenvolvimento pessoal. Abrindo cada vez mais espaço para as artes.

6. Quadro: Acha que a convivência directa com a arte e criação artística vai alterar o comportamento social dos munícipes?

Curiosamente, nesta questão foi registada a maior resistência por parte dos respondentes, sendo que alguns consideraram que a influência das artes acabaria por ser pouca, perante o contexto social e económico das populações.

Pode o museu de escultura, galeria, ateliers, criar a MARCA identitária do Concelho, fazendo dela a sua porta de entrada?

Sim, do mesmo modo que Tomar é o Convento de Cristo, Santarém a Feira da Agricultura e, por exemplo, Veneza é o Carnaval, acredito que a maneira de se Ser arte num Concelho, pode ser a imagem de atracção turística.

Vai ser difícil a VNB suplantar o Castelo de Almourol, mas se fizer um forte e persistente marketing, pode criar essa marca, mas vai demorar alguns anos

É necessário uma Marca? Um Conselho vale como um todo e a Arte é um dos aspectos sociais a desenvolver, de forma integrada e integrante.

Penso que pode ser uma das marcas muito importantes, ligada claro a outras sinergias artísticas e sociais importantes

Um Museu por si só não pode fazer isso, mas se a ele estiver associado um conceito novo, um artista, uma corrente artística, acho que sim. Ou seja, se existe um espaço de exposições temporárias que hoje tem escultura, amanhã fotografia, no outro dia banda desenhada, isso não irá criar marca nenhuma. Mas, se esse museu vender um produto com uma identidade forte acho que pode funcionar como MARCA.

Indiscutivelmente sim, pois o público de fora é geralmente atraído precisamente por este tipo de iniciativas: o que atrai as pessoas é o património mas também a manifestação do mesmo através das artes. Não é uma mais-valia visitar uma região rica em património mas que não o rentabiliza para o culto artístico e social.

Pode, mas possuir um monumento histórico (castelo, sé, ou outro) acaba por ser sempre supra valorizado.

Depende do impacto que tiver junto do público, algo difícil de prever à priori. Aliar uma componente de residência artística nacional e com outros países poderia ser uma opção importante para a sua divulgação e promoção em Portugal e no estrangeiro, contribuído assim para a criação de uma imagem de marca do concelho.

Como marca identitária do concelho tenho algumas dúvidas... será difícil superar o Castelo de Almourol.

7. Quadro: Pode o museu de escultura, galeria, ateliers, criar a MARCA identitária do Concelho, fazendo dela a sua porta de entrada?

Quando questionados sobre o potencial do futuro Museu de Escultura ao Ar Livre como uma marca identitária da Vila Nova da Barquinha, os respondentes expressam opiniões bem fundamentadas. Curiosamente, os focos de resistência relacionados com o receio de desvalorizar a relação com o Rio ou o Castelo de Almourol em favor da Arte, não se colocam no projecto analisado “O Mercado das Artes”. Efectivamente, este projecto vive da relação do Parque Ribeirinho e do espírito único do Castelo de Almourol.

9.5 Conclusão dos inquéritos

A primeira conclusão que deve ser retirada deste inquérito, relaciona-se com a elevada escolarização da amostra, que é reflectida na profundidade das respostas abertas e na fundamentação das opiniões dadas.

Tal como foi demonstrado, é representativo de uma comunidade que conhece bem o seu Concelho a sua centralidade em relação ao País, suas potencialidades Monumentais naturais e Turísticas.

Em relação ao papel da Arte no Turismo Cultural e a importância deste para o desenvolvimento do concelho, podemos afirmar que estes respondentes reconhecem o enorme potencial que existe nesta relação.

Os resultados dos inquéritos, provam que os munícipes estão atentos e receptivos às “coisas” das artes e aguardam os novos desenvolvimentos, como uma continuidade do que tem vindo a ser feito. O Mercado das Artes é o “**projecto**” para Vila Nova da Barquinha.

“Frases retiradas das entrevistas directas.”

“Se não formos educados a apreciar as criações artísticas, talvez nem as paisagens, a Natureza, os recursos consigamos ou queiramos preservar. Temos de saber dar valor ao que é belo apenas pelo facto de o ser.”

A aproximação e identificação dos munícipes com o projecto, não é só local, visto que na fase dois e fase três do inquérito foram sendo alargados. As

respostas aos estímulos provocados foram a de aceitação e até valorização diferenciadora, deste projecto pelas artes e sua importância no contexto generalizado, neste tema da “turistificação”³⁵.

“Essencial para o desenvolvimento da arte, dos artistas e das capacidades das pessoas.”

A facilidade das vias de comunicação até Vila Nova da Barquinha, a facilidade no estacionamento junto ao parque ribeirinho, a beleza ribeirinha do local o apoio do centro cultural e futura loja do museu e turismo, farão com que os visitantes desfrutem de toda a potencialidade do projecto, tornando-o um produto dinâmico e sustentável com importância e mais-valia, para o tecido económico e social de Vila Nova da Barquinha.

“Vila Nova da Barquinha tem de saber aproveitar a sua excepcional localização, a sua história, a sua paisagem e o rio e acarinhar as artes como complementação turística a fim de ser uma alternativa às diversas cidades das proximidades (Tomar, Fátima, Santarém, Abrantes...). Creio que tem essa capacidade.”

A informação disponível na loja do museu e posto de turismo, o apoio dos áudio guias para permitirem aos visitantes desfrutar de uma completa explicação das obras e dos seus autores, uma biblioteca com a especificidade em arte pública ou escultórica e os ateliês vivos de que podem desfrutar são uma atractivamente de valores culturais e artísticos. Também a sugestão de roteiros culturais ou da visita documentada ao castelo de Almourol e outros monumentos do Concelho dará dinamismo ao projecto e a certeza de que a arte a cultura e o turismo serão produto coeso para ser usufruído.

A arte e o turismo como receita, para a criação de um produto inovador, que queremos, sejam aglutinadores de sinergias atractivas para o bem-estar social e cultural do concelho.

³⁵ Termo usado no Turismo como agregação de objectivos turísticos

CONCLUSÕES

O objectivo desta dissertação era perceber **em que medida é que a Arte é reconhecida como um catalisador de um projecto de turismo local?**, estudando um projecto específico que é “O Mercado das Artes” em implantação no concelho de Vila Nova de Barquinha.

Neste âmbito, para além da apresentação do projecto e de entrevistas exploratórias, foi aplicado um inquérito on-line a pessoas do concelho e limítrofes (na sua grande maioria). Tratou-se de uma amostra por conveniência, em que não se procurou reproduzir a estrutura sócio-demográfica do concelho, mas sim aproveitar a dinâmica da amostragem bola-de-neve que a internet oferece.

Podemos afirmar que as três hipóteses de trabalho, no âmbito deste estudo qualitativo, cujas conclusões não podem ser extrapoladas para o universo em estudo, foram confirmadas pela análise de dados.

Neste caso, podemos concluir que:

- Os respondentes reconhecem que a prática artística e os equipamentos culturais trazem valor para a comunidade.
- Os respondentes reconhecem que a Arte tem um enorme potencial para um projecto turístico local, podendo criar riqueza para a comunidade.
- O valor patrimonial e simbólico do Castelo de Almourol como catalisador do projecto é reconhecido pelos respondentes, reforçando a importância da envolvente patrimonial e natural de um projecto de turismo autárquico.

Tendo em consideração a pesquisa efectuada e os métodos demonstrativos podemos entender o potencial social da arte como factor aglutinador da comunidade e como factor de atracção de novos visitantes ao turismo cultural.

Este casamento das artes com o turismo, é um perfeito aglutinador de sinergias em prol duma significativa consciência de que o ser humano necessita de comungar do mundo, nas suas diferenças, nas suas memórias identitárias, identificações personalizadas em gentes locais, gentes que sentem nas entranhas os cheiros os sabores as cores a língua, enquanto riqueza personificada neste povo multicultural.

Hoje a globalização tende contribuir para um nivelamento do ser humano, e é o turismo que nas suas especificidades, ajuda a manter essas diferenças vivas, como pólo aglutinador das sensibilidades locais, para a sustentação dessas economias. As artes, são neste projecto (mercado das artes), o pólo aglutinador de maior importância e promessa na sua sustentabilidade.

O Museu de Escultura de Vila Nova da Barquinha - terá através das artes e na arte pública em especial, uma atractivamente na captação de públicos diversos, com maior incidência nas artes públicas e também na arte em geral, dada a inclusão da galeria de arte, ateliês e residências artísticas. Criando assim uma personificação identitária dos munícipes com essa mais-valia.

9.6.1 Para pesquisas futuras

O município da Vila Nova da Barquinha está neste momento a criar um Centro Escolar em Vila Nova da Barquinha, inovador dentro dos paradigmas de educação e de comunicação actuais. Neste sentido, numa investigação futura, poderia ser interessante acompanhar a implementação do projecto e monitorizar um grupo de alunos, docentes e a população que também se espera participante do projecto.

Trata-se um projecto de autor, assinado pelo Arq. Aires Mateus que afirma: *“O 1º ciclo vive um período de grandes mudanças e de novos paradigmas ao qual a infra-estrutura escolar teria que necessariamente se adaptar”*. Sendo um

equipamento criado para o usufruto de dia inteiro com articulação e diferenciação de espaços para as actividades curriculares e de enriquecimento curricular.

Uma escola onde se valoriza o ensino experimental, aberta à comunidade nos espaços, equipamentos e recursos, mas segura. Uma escola única. A junção de soluções arquitectónicas, criativas e inovadoras.

A nova escola é composta de 12 salas, ginásio, arrecadação de material desportivo, espaço desportivo exterior, espaço aventura lúdico, 3 balneários, mediateca/biblioteca, espaço ciência, cozinha, refeitório, associação de pais, espaço TIC, sala de música, sala de artes plásticas, área hortícola e ambiental, salas de reuniões, gabinetes, sala de administração/gestão/coordenação, casas de banho, espaço coberto não fechado, espaço polivalente, acessos e estacionamento

A estruturação do projecto resulta do acompanhamento da Universidade de Aveiro, a partir das suas concepções pedagógicas, assumindo as suas responsabilidades sociais na articulação com as decisões da sociedade civil com impacte na vida comunitária beneficiando assim da experiência e do saber.

Um projecto que integra os jovens na sociedade e consequentemente os liga a projectos municipais como os ateliês de artes ou o museu de arte pública no município da Barquinha, fazendo deles esses projectos, é um passo para que os promovam e os acarinhem.

9.7 Considerações finais

Este (mercado das artes) é o projecto para a Barquinha. Sem dúvida, impõe-se a urgência deste produto aglutinador do Património e das Artes na Barquinha. Pela sua paisagem, inspiradora de poetas e pintores, pela sua pertinente existência na história inicial deste país, pela reconhecida importância do seu tráfego fluvial no rio Tejo, com incidência no velho cais de Tancos e este “guardião” sentinela do rio o Castelo de Almourol.

Turismo é arte

Assim o concebeu o artista plástico José de Guimarães. Um logótipo para o Turismo de Portugal recriando o Sol o Mar o verde dos campos e o vermelho do acolhimento simpático dos portugueses de braços abertos a quem nos visita.



18. *Logótipo do Turismo de Portugal, extraída da net – Portugal de braços abertos da autoria do artista plástico José de Guimarães*

fim

Referências bibliográfias

- Carlos Rico, J – Manual Prático de Museologia, Edições Silex. Madrid. 2006
- Bilhim, João– A Governação nas Autarquias Locais, S.P. Inovação, S.A. 2004
- Henriques, J.M. – Minicípios e Desenvolvimento, Lisboa, Ed. Escher1990
- Càdima, Francisco R. – Estratégias e Discursos a Publicidade. Veja
- Doris Ruschmann, Turismo Sustentável – Coleção Turismo
- Soifer, Jack. Empreender Turismo de Natureza – Offset, mais S.A.
- Baudrillard, Jean. A Sociedade de Consumo
- Baudelaire, O Pintor da Vida Moderna. Editora Passagem
- T. Hall, Edward – A Dimensão Oculta. Relógio D'água
- Oliveira, Barros. Psicologia Positiva. Lisboa. Edições . Asa2003
- Luísa Schmidt, Autarquias Desenvolvimento Sustentável. Fronteira do Caos. 2005
- Trout, Jack. Estratégia de Marketing. H.Books. 2005
- Cauquelin, Anne. A Arte Contemporânea – ResEditora
- Cumming, Robert. Arte – Edições Civilização
- Beuys, Joseph. – Beuys. Nós 2010
- D'Orey, Carmo. O que é a arte, Dinalivro – Org. Carmo D'Orey, 2007
- Melo, Alexandre – Alexandre Melo. Quimera
- www.turismodeportugal.pt
- www.naturtejo.pt
- www.visitportugal.pt
- www.passadovivo.com
- www.all-art.org
- www.portal.icn.pt

ANEXOS:

Anexo 1 - Guião da entrevista directa

Anexo 2 – Guia da entrevista on-line

Anexo 3 – Respostas “corridas” à questões do Inquérito on-line

Anexo 4 – Resumo da apresentação do Power Point das 1^{as} Jornadas Pedagógicas de Metodologia

- Anexo 5 – Textos e artigos que serviram de motivação a reflexões e pesquisa.
- Globalização e desenvolvimento
- Curso sobre publico das artes, arte pública, cidades criativas e programação cultural – Museu Serralves
- Reflexão sobre o impacto das artes no projecto “Mercado das Artes”
- A Arte e a sua relação com o espaço público

Anexo 1

Guião da entrevista directa

Vila Nova da Barquinha tem:

- Uma belíssima paisagem natural
- Um Castelo numa ilha no meio do rio Tejo (Castelo de Almourol)
- Um Parque de Lazer Ribeirinho

Projecto futuro:

- Museu de Escultura Contemporânea de Ar Livre no parque ribeirinho
- Loja de Turismo e Museu
- Galeria de Arte, Ateliers de Arte e Residências Artísticas

Nome/ Profissão/ Hab. Literárias

- 1 - Conhece Vila Nova da Barquinha
- 2 - Conhece os monumentos do Concelho? Três referências monumentais?
- 3 - Qual destes monumentos tem para si, maior importância para o Turismo Local?
- 4 - Como toma conhecimento das actividades culturais e recreativas do Concelho?
- 5 - Qual a importância das artes num projecto Autárquico de Turismo Cultural?
- 6 - Enquanto responsável autárquico, acha que Vila Nova da Barquinha vai ser valorizada pela componente artística (museu de escultura) a implantar no seu parque ribeirinho?

- 7 - Acha que a convivência directa com a arte e criação artística vai alterar o comportamento dos munícipes?
- 8 - Pode o museu de esculturas, galeria, ateliers e residência artística criar uma “marca” identitária do Concelho, fazendo dela a sua porta de entrada?
- 9 - Conhece o Castelo de Almourol?
- 10 - Pós e contras deste monumento ex-libris do Concelho?
- 11 – Que acha que poderia ou devia o município da Barquinha fazer para o tornar um produto turístico em benefício da região?
- 12 - Uma pergunta pertinente que não tenha sido feita, crucial para o desenvolvimento turístico do Concelho?

As entrevistas foram efectuadas a entidades locais ligadas de alguma maneira ao município e à cultura local.

Do conjunto das vinte entrevistas, foi possível apurar uma tendência nas respostas, demonstrando um elevado nível de consenso:

Vila Nova da Barquinha é uma Vila bastante conhecida e o seu Ex-libris o castelo de Almourol ainda mais.

As actividades culturais da Vila são interessantes, diferentes e o projecto Mercado das Artes, uma esperança que queremos alicerçada ao Castelo como um produto de referência local e Nacional.

A tutela do Castelo não é bem clara ou pelo menos assumida, daí as dificuldades em promover eventos que lhe possam dar maior notoriedade.

A singularidade do Castelo, a paisagem circundante e o projecto do museu de esculturas dá obviamente relevância a Vila Nova da Barquinha e espera-se um retorno económico com sustentabilidade para o futuro.

Alguns dos respondentes ao Inquérito directo:

José Maria Calheiros Cunha – Rua Paulino José Correia 16 – Atalaia - 2260 040 Vila Nova da Barquinha

Esperança Maria Micael Santos – Rua Nuno Alvares Pereira 72 1º- 2330 141 Entroncamento

Luis Filipe Paixão – Rua da Liberdade nº28 Pé de Cão - 2350 177 Torres Novas

Maria Filomena Teixeira - Rua do Colmeiro nº15 - 2260 Vila Nova da Barquinha

Isabel Antunes Piçarra - Rua Professor Mateus - 2260 215 Praia do Ribatejo

Alexandrino Moreira Santos - 72 anos - Rua da Galiana, 2 - 2260 211 Praia do Ribatejo

Maria Conceição Jorge - Rua Luis de Camões nº18 - Moita do Norte - 2260 Vila Nova da Barquinha

Maria Isabel Fonseca - Rua 5 de Outubro 61- Ladeira do Pinheiro - 2350 495 Torres Novas

Jorge Manuel Barbosa Fonseca - Rua Rafael Cunha Franco, 24 - 2150 183 Golegã

Miguel Pombeiro – Pç da Republica – 2260 Vila Nova da Barquinha

Maria Isilda Carrilho - Rua S.João de Deus, 15 – Cardal - 2260 562 Vila Nova da Barquinha

Eugénio Farinha Maia - Rua do Mergulhão - Vivenda Batista 2º andar -2005 268 Santarém

Elsa Pires Marques - Rua D. Afonso Henriques 27 - 2330 137 Entroncamento

Domingos Nunes Simões - Rua Ribeiro das portas nº6 - 2260 573 Vila Nova da Barquinha

Ana Cristina Domingos Freitas - 30 anos - Rua Luis de Camões nº1 - Moita do Norte
2260 560 Vila Nova da Barquinha

Luísa Maria Ramalheira Ferreira - 50 anos - Rua Vitorino Nemésio nº10 1º Esq.
-2330 Entroncamento

Maria Isabel Hortas Esteves - Rua Miguel Torga, 11 – Cardal -2260 517 Vila Nova da Barquinha

Ana Maria Maltez Costa - Rua Padre Diamantino Martins 13 2º Esq. - 2350 Torres Novas

Cesarina Almeida Rico - Estrada Viaduto Eugénio Dias Poitout, nº5 2ºEsq. 2330 070 Entroncamento

Manuel António Ermitão - 77 anos - Beco da Boa Vista nº3 - Casal do Pote – Meia Via
2350 300 Riachos

Carlos Manuel Ruivo Antunes - 66 anos - Rua da Cerrada Grande nº11- 2350 483 Torres Novas

Maria Manuela Vaz Farinha - 62 anos - Rua Arq. Cotinelli Telmo nº10 3ºesq - 2330 030 Entroncamento

Rogério Rosa Nunes - 60 anos - Rua Conde Nova Goa nº8 B – Linhaceira -2305 114 Asseiceira

Anexo 2

Guião da entrevista on-line

- a. Dados de caracterização
 - Idade
 - Profissão
 - Habilitações literárias
 - Concelho de residência
 - Concelho em que trabalha

- b. Pratica ou já praticou alguma actividade artística (desenho, pintura, escultura, música, fotografia ou outra)?
 - Sim
 - Não

- c. Quando é que fez esta actividade pela última vez?
 - Ir ao café
 - Ir à discoteca
 - Visitar uma exposição numa galeria de arte

Assistir a um concerto de música

Visitar um museu

Viajar durante o fim de semana para um destino nacional

Ir de férias para o estrangeiro

Assistir a uma peça de teatro

Assistir a uma representação feita pelos seus filhos ou netos

Assistir a uma actividade organizada por uma associação local

Ir a uma festa

Ir a um evento ou festa local

Visitar uma biblioteca

Visitar património

Comer fora

Feira gastronómica

Feira medieval ou outro evento de reconstituição histórica

Ir a um centro comercial

Ir ao cinema

d. Como toma conhecimento das actividades culturais e recreativas da sua localidade?

Através do website municipal

Através do facebook

Através de sms

Através de e-mail

Através de amigos

Agenda cultural

Boletim municipal

Cartazes e outdoors

Rádio

Televisão

e. Conhece o Concelho de Vila Nova da Barquinha?

Sim

Não

Se sim, qual é a primeira imagem que surge sobre V.N.B.

- f. Na sua opinião, qual a importância das artes num projecto cultural autárquico?
- g. Enquanto munícipe (ou não) acha que Vila Nova da Barquinha vai ser valorizada pela componente artística a implantar no espaço público?
- h. Acha que a convivência directa com a arte e criação artística, vai alterar o comportamento social dos munícipes?
- i. Pode o museu de escultura, galeria, ateliês, criar a MARCA identitária do Concelho, fazendo dela a sua porta de entrada?
- j. Conhece o Castelo de Almourol?
Nunca vi nem ouvi falar
Só ouvi falar e nunca vi
Conheço de fotografias
Já lá estive
A que é que associa?

Anexo 3

Respostas “corridas” às questões do inquérito on-line:

Na sua opinião, qual a importância das artes num projecto cultural autárquico?

O papel das artes é importante porque a arte é tudo, a música, o cinema, as Feiras e Festas, as tradições, então, considero importante que um projecto cultural sem arte, não é cultural.

É um meio para a interligação e troca de conhecimento geral.

Quaisquer Artes e onde se possam inserir são de grande importância para as autarquias e outras

É crucial a presença das artes num projecto cultural, no sentido de dinamizar o contacto com a população, através do abstracto

Total, já devia ter sido implementado

Ao se pode chamar projecto "cultural autárquico" onde não há espaço para as artes. Logo é importante.

Essencial para o desenvolvimento da arte, dos artistas e das capacidades das pessoas.

A presença das artes, são importantes nos projectos culturais autárquicos.

Para além da cultura da sua população residente são um motivo de atracção para os visitantes

Muito importante porque é importante dinamizar as artes locais e divulgá-las através de eventos que atraíam pessoas de fora dessas localidades

São um pólo de atracção de um município, que deve ser valorizado e promovido

Fundamental, para criar hábitos a toda a população.

O papel das artes é cada vez mais importante, sendo que cabe aos municípios reconhecer essa importância e transmiti-la aos seus munícipes para que se identifiquem e participem

Essencial para a qualificação do espaço público urbano, gerador de pólos de vivência cultural, e assumindo um relevante valor simbólico de afirmação, divulgação e promoção.

Desenvolvimento cultural dos residentes e talvez, se os eventos forem de qualidade, atracção para visitantes exteriores

Um projecto bem feito, para além da parte educacional, poderá, ainda, funcionar como centro de atracção turística.

A importância das artes num projecto autárquico é criar um hábito à juventude de coexistência com a mesma.

Enquanto munícipe (ou não) acha que Vila Nova da Barquinha vai ser valorizada pela componente artística a implantar no espaço público?

A Tradição, a Arte e a Cultura dão uma imagem forte a uma região e, deste modo, respondendo afirmativamente à questão.

Se devidamente integrada no contexto municipal permitindo que a população compreenda e usufrua, sim.

SIM VAI TRAZER MAIS VISITANTES

Tudo o possa contribuir positivamente para que os espaços públicos sejam espaços aproveitados para a criação, para o enriquecimento e agitação do nosso sentido crítico... é óptimo!

Não discuto a mais valia, no entanto penso existirem outras prioridades, nomeadamente as sociais.

Sem dúvida alguma principalmente se essa divulgação for feita de forma apelativa, principalmente atraindo os mais jovens

Definitivamente a componente artística vai valorizar imenso a região e dar-lhe um valor social e cultural de destaque no panorama nacional e mesmo internacional.

A arte, independentemente da forma como se irá manifestar, será uma forma de divulgação e devoção da região. O património de uma região pode ser muito rico e diversificado, mas é a arte que lhe dá vida, continuamente, através do tempo, imortalizando-o.

Sendo as gentes da Barquinha algo "especiais" só uma grande motivação fará resultar qualquer actividade proposta

Toda e qualquer forma de arte, valoriza não só os espaços como as pessoas

Acha que a convivência directa com a arte e criação artística, vai alterar o comportamento social dos munícipes?

Altera certamente, embora a forma como possa ser diferenciada.

A arte é uma forma de expressão, logo, como todas as formas de expressão moldam comportamentos e, deste modo, pode se fazer arte e criação aliada a boas práticas sociais.

Irá influenciar se conseguir ser direccionado à sua população, não acho que pessoas desprovidas de conhecimentos artísticos de um momento p/ o outro comecem instantaneamente a apreciar alguns tipos de arte, mas se forem orientados nesse sentido, penso q pode ser uma óptima influência.

Sem dúvida, ninguém fica indiferente a longo prazo, e a criatividade e inovação serão fundamentais para a diferenciação dos territórios

Pelo menos vai alegrar o dia a dia, com uma saída da rotina.

Se não formos educados a apreciar as criações artísticas, talvez nem as paisagens, a Natureza, os recursos consigamos ou queiramos preservar. Temos de saber dar valor ao que é belo apenas pelo facto de o ser.

Acho que sim porque pode despertar interesses por actividades diferentes e que o contacto com elas pode ajudar a conhecer

Tenho a certeza que de alguma forma altera o comportamento social dos munícipes.

Como nem todas as pessoas reagem da mesma maneira perante o mesmo estímulo, penso que as várias formas de arte e criação artística devem ser o mais diversificado possível.

Mais uma vez, creio que sim, com certeza. Os habitantes locais necessitam de ter um contacto mais directo com a arte, pois essa cultura artística está, neles, pouco enraizada.

Aos poucos e através da aposta em diversas formas de manifestação artística, os padrões de comportamento e cultura do povo irão mudar e alargar-se.

A educação de um povo leva o seu tempo, mas esta convivência, desperta o interesse e, consequentemente, altera o comportamento.....

Sim, já tinha inclusivamente expressado essa ideia na questão 6. A arte põe as pessoas a conversar, a debater ideias, a estar mais tolerantes à novidade, à diferença

Acho que altera pois incute na população valores artísticos de cultura, de imaginação e criação muito importantes para o desenvolvimento pessoal. Abrindo cada vez mais espaço para as artes.

Com bastante insistência e preocupação de realizar coisas que seja de agrado dos munícipes penso que sim. Para isso é necessário ter atenção onde apostar.

Relativamente pouco, mas o suficiente para se notar diferença no comportamento e opinião das pessoas

Pode o museu de escultura, galeria, ateliers, criar a MARCA identitária do Concelho, fazendo dela a sua porta de entrada?

Sim, do mesmo modo que Tomar é o Convento de Cristo, Santarém a Feira da Agricultura e, por exemplo, Veneza é o Carnaval, acredito que a maneira de se Ser arte num Concelho, pode ser a imagem de atracção turística.

Sim desde que haja um bom trabalho e.. "carolas identificados para a cultura"

Poderá se devidamente explorado, exaltando as mais-valias do concelho e criando uma memória colectiva.

Pode. Mas talvez não devesse. Porque não algo relacionado com o rio e ou a própria história de VNB?

Sim. A qualidade dos serviços prestados poderem ser um chamariz para o turismo no concelho.

Por si só, sozinho, será mais difícil, mas pode ser um ponto de convergência dos produtos do concelho.

VNB tem de saber aproveitar a sua localização, a sua história, a paisagem e o rio, a iniciativa e a proximidade aos munícipes para saber ser uma alternativa às diversas cidades das proximidades (Tomar, Fátima, Santarém...) creio que tem essa capacidade.

A marca identitária de um concelho, faz-se das actividades económicas, agrícolas e industriais que lá se praticam, não de criações artísticas marginais que lá se implantam artificialmente.

Como marca identitária do concelho tenho algumas dúvidas... será difícil superar o Castelo de Almourol

Depende do impacto que tiver junto do público, algo difícil de prever à priori. Aliar uma componente de residência artística nacional e com outros países poderia ser uma opção importante para a sua divulgação e promoção em Portugal e no estrangeiro, contribuindo assim para a criação de uma imagem de marca do concelho.

Penso que sim, mas para isso não pode ser mais um museu,... no universo da oferta nacional. Tem de alguma forma fazer a diferença: pela arte que apresenta, pelas respostas que dá, pela forma como o faz, pelo lugar que ocupa, ...

Indiscutivelmente sim, pois o público de fora é geralmente atraído precisamente por este tipo de iniciativas: o que atrai as pessoas é o património mas também a manifestação do mesmo através das artes. Não é uma mais-valia visitar uma região rica em património mas que não o rentabiliza para o culto artístico e social.

Um Museu por si só não pode fazer isso, mas se a ele estiver associado um conceito novo, um artista, uma corrente artística, acho que sim. Ou seja, se existe um espaço de exposições temporárias que hoje tem escultura, amanhã fotografia, no outro dia banda desenhada, isso não irá criar marca nenhuma. Mas, se esse museu vender um produto com uma identidade forte acho que pode funcionar como MARCA.

Seria um marco muito importante e complementar À vida da Barquinha

Sim, pode criar uma nova marca do concelho. Uma nova marca complementar às existentes. Com criação de novos públicos e novos mercados.

Sim, uma marca identitária ligada à "ARTE" em geral

Vai ser difícil a VNB suplantar o Castelo de Almourol, mas se fizer um forte e persistente marketing, pode criar essa marca, mas vai demorar alguns anos

Caso a resposta seja positiva, qual é a primeira imagem que surge sobre Vila Nova da Barquinha.

Uma localidade "à beira-Tejo plantada..." com o antigo porto de "Barcas"

O jardim/Parque e a bela vista da proximidade do Rio Tejo.

Uma linda vila com muita história, casas bonitas recuperadas, a avenida dos plátanos, o rio que acalma e transmite paz, e claro está mais recentemente o lindo parque ribeirinho

Que tem uma excelente localização!

A proximidade com o rio Tejo

Parque ribeirinho

Paisagem ... Almourol... Tejo

Castelo de Almourol

A natureza e o ar que por lá se respira.

Boa relação com o rio Tejo

Localidade bem organizada e com uma autarquia próxima dos seus cidadãos.

Localidade tranquila, segura, acolhedora, embora pequena.

O rio Tejo, e o castelo de Almourol

Uma vila graciosa e bem cuidada, com uma localização soberba sobre o Tejo e enorme potencial

Município bem estruturado

Local apazível para residir e passear.

É uma pequena vila, à beira do rio Tejo e com uma vista agradável

Anexo 4

Resumo da apresentação do power point nas Primeiras Jornadas de Metodologia - Tomar

Titulo: AS ARTES E O TURISMO NUM PROJECTO AUTÁRQUICO DE TURISMO CULTURAL

• Introdução - Arte enquanto produto atractivo e conciliador para o turismo cultural local

A arte existe desde os tempos primitivos. Os primeiros homens pintavam nas cavernas, esculpiam pedras e a partir daí a arte fez parte da humanidade.



LOUVRE



CHRISTO

Mostram o lado invisível das coisas, despertar sentimentos adormecidos são as principais funções entre tantas outras. A arte é fascinante. Pessoas renascem pelas artes.

CHRISTO ABREM PORTAS COMO NO TURISMO – É UMA VIAGEM



Walter de Maria

Turismo

Em 1841 - Thomas Cook organiza as primeiras viagens turísticas e em 1918 as viagens colectivas em vapores e expressos. Depois de 1945 – depois da industrialização... o direito a férias e férias pagas consciencializa a sociedade do Lazer, bem estar,

apropriação do conhecimento, descanso, natureza, sol, praia e a cada vez mais usufruição do belo.

A arte também é uma viagem de núpcias com o turismo concerteza e o turismo cultural ganha hoje um protagonismo cada vez maior nas sociedades.

7 - Turismo cultural

É sem duvida o resgate, histórico, cultural da população de cada local. Uma forma de conviver com o passado, de conhecer um património, memórias, usos, costumes, tradições e crenças, modos de vida, conhecimentos e preservação do património **para o bem de todos e para as gerações futuras.**



O artista também gere memórias através do seu trabalho.

• Desenvolvimento: As artes e a sua importância

A arte, portanto, não é algo que se oferece, mas é uma potência. É um produto, e uma sensação que não se conclui nos sentidos.

A arte não imita o visível..., torna-o visível

Hoje as pessoas hoje são mais cultas, valorizam mais o tempo de férias, os inter-rail, os erasmus as fronteiras abertas sujeitam-nos a um processo de aculturação (ou globalização)... sem precedentes, **o conhecimento está disponível...**

11 - zona de intervenção do projecto de turismo autárquico local

12 - Influência da paisagem e vivência ribeirinha

A paisagem como um factor primordial para actividade turística é cada vez mais expressiva. Para o turismo a interpretação da paisagem é algo que deveria tornar-se obrigatório.

Exemplo: Yo yo ma – chinês – jardins sonoros no Canadá = Produto turístico

A combinação dos elementos visuais cria composições pelas quais é possível definir qualidades estéticas, similares às que geralmente são usadas no mundo artístico.

Tais qualidades poderão contribuir para a diferenciação das unidades da paisagem visualizadas de raridade estética e interesse histórico e turístico.



O rio e a paisagem – memórias – vivências » espírito do lugar

O arquitecto que criou o convento Cristo, não o fez para ser um produto turístico, mas para ser grande, personificar o poder, a história, guardar as memórias... tal e qual o artista ou não seja ele, um artista.

O espírito do lugar existe, de uma forma ou de outra em praticamente todas as culturas do mundo e é construído por seres humanos em resposta às suas necessidades sociais, religiosas e artísticas.

Preservar e transmitir o espírito do lugar, devia ser obrigatório para o desenvolvimento e sustentabilidade social da comunidade.

Turismo local (65.000 visitantes ao castelo) (que ganha o concelho com isso? quantos visitam a Vila Nova da Barquinha?)

Potencial histórico e monumental

Realce primordial para a ex-libris do Concelho O castelo de Almourol, que constituiu lugar de defesa da então capital do reino, Coimbra.

É um dos mais bonitos castelos de Portugal pela sua invulgar caracterização e estética e um dos monumentos mais conhecidos e visitados do Concelho.

Comunidade (envolvimento dos munícipes)

- Envolver a comunidade através das artes
- Importância dos eventos culturais no parque ribeirinho de Vila nova da Barquinha.



Ateliês de desenho e pintura – Mercado das Artes

- **Mercado das Artes (museu de esculturas)** em Vila Nova Barquinha

Queremos que seja a **porta de entrada no Concelho**, com esculturas dos anos sessentas até hoje. De Alberto Carneiro – Cabrita Reis – Joana Vasconcellos (**queremos um museu vivo**)

Galeria de arte – 10 anos ao serviço das artes (parceria com IPT – Artes)

Ateliers diversos – 150 participantes dos ateliers nos 10 anos

Residências artísticas – a construir

Loja do museu e turismo – apoio de cctv's + áudio-guias + cadeiras de rodas...



ROBERT SMITSON

(um exemplo de referência artística e turística mundialmente conhecida.

Spiral Jetty, é a obra do artista plástico Robert Smithson. Uma experiência de arte, cultura, história, religião, natureza e transcendência, criada em 1970. É uma espiral de rochas de basalto preto que se projecta para dentro dum lago.

A cena é apocalíptica, as margens secas do lago salgado e o aspecto desértico e obscuro do local, transporta-nos para outra dimensão, outras civilizações outros mundos...

Hoje o turismo facilita as mil maneiras de se testemunhar esta peça, de arte que muda com o vento, com as marés, com as cores do dia, com as estações do ano e com o estado de espírito e conhecimento do espectador.

Hoje é conhecida no mundo inteiro é vista por milhares de pessoas que se deslocam de autocarro de helicópteros ou de aviões alugados para o efeito é **um produto de arte, mas também um produto turístico sem igual e, criação do homem.**

- **TURISMO É ARTE...**

O final do antagonismo entre a Arte e o Turismo, E SIM...

A ARTE ENQUANTO VALORIZADORA DO TURISMO E VICE VERSA...

Uma interrogação, afirmação ou caso para discussão.

Este título é incomodativo, mas cada vez, tenho mais certezas desta realidade.

Turismo cultural desperta os sentidos. A ânsia do aproveitamento do tempo/qualidade/disponibilidade/atenção/conhecimento... **exorcizando as regras e condicionalismos do dia-a-dia, a que a sociedade nos obriga.**

São momentos propícios para o relacionamento estético e emotivo com as “coisas que nos cercam” um local bonito, um restaurante agradável, estético, um prato, saboroso, cheiroso, uma musica, um olhar atento ao que nos cerca e afecta...



Isto é arte... logótipo do turismo de Portugal

TURISMO É ARTE / criação artística de José de Guimarães

Mestrando - Carlos Vicente

Anexo 5

Textos e artigos que serviram de motivação a reflexões e pesquisa.

• GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Aníbal Cavaco Silva

1. Nos anos recentes, o termo globalização invadiu os meios de comunicação social devido, principalmente, às manifestações ruidosas, algumas delas violentas, organizadas contra as reuniões cimeiras de chefes de Governo dos países industrializados. Mais recentemente, o interesse pelo tema foi suscitado a propósito da Conferência sobre o Financiamento para o Desenvolvimento, que teve lugar em Monterrey, no México, e da Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável, em Joanesburgo, na África do Sul.

Tenho a sensação de que em Portugal, tal como noutros países, muitos dos que opinam sobre a globalização têm sobre ela uma ideia muito imprecisa, incompleta ou mesmo errada. A globalização, ou mundialização como alguns preferem, traduz a crescente interligação e interdependência entre os países em resultado da liberalização dos fluxos internacionais de comércio, de capitais, de tecnologias e de informação e do aumento da mobilidade das pessoas que se têm vindo a verificar depois da 2ª guerra mundial.

Não é um processo novo. Nos finais do século XIX e princípios do século XX, verificou-se um movimento de integração económica internacional de proporções não menos fortes do que aquele a que se tem assistido nos últimos 50 anos. Chegou ao fim com a onda de nacionalismo e protecçãoismo que varreu o globo no período 1914-1945.

São vários os factores impulsionadores da globalização de que hoje tanto se fala. Por um lado, a redução das barreiras aos movimentos internacionais de mercadorias, serviços e capitais que tinham sido erguidas nos anos 30 e a diminuição substancial dos custos de transporte.

As transacções diárias nos mercados cambiais no mundo ultrapassam hoje 3 triliões de euros, trinta e cinco vezes mais do que no princípio dos anos 80.

Por outro lado, a globalização tem sido impulsionada pela redução dos custos de comunicação e difusão de informação e ideias, em resultado dos grandes avanços tecnológicos nos domínios das telecomunicações e informática, com destaque para a Internet.

.../...

Felicito os organizadores deste congresso.

Espero que as jornadas de reflexão que irão ter lugar contribuam para inquietar os empresários e gestores portugueses para quem os valores éticos e cristãos são importantes.

Aqui deixo a minha pequena contribuição.

**Congresso Nacional da Associação Cristã de Empresários e Gestores
ACEGE**

Centro Cultural de Belém

20 de Setembro de 2002

- **Um curso sobre publico das artes, arte publica, cidades criativas e programação cultural - Museu Serralves**

O mais ou o menos: o espaço público de cultura nas autarquias locais

22-02-2008

Auditório do CEFA

MESA

Estiveram presentes nesta sessão o Ministro da Cultura (José António Pinto Ribeiro), o Secretário de Estado Adjunto e da Administração Local (Eduardo Cabrita) e a Associação Nacional de Municípios Portugueses. As entidades promotoras do programa de formação estavam representadas por António Gomes de Pinho e Luís Campos e Cunha (Presidente e Administrador da Fundação de Serralves) e pelo anfitrião, João Paulo Barbosa de Melo, Presidente do Conselho Directivo do CEFA.

PRIMEIRAS INTERVENÇÕES

A iniciar os trabalhos usaram da palavra o Secretário de Estado da tutela, o Presidente do Conselho Directivo do **CEFA** e os dois representantes da Fundação de Serralves.

Ao longo das quatro intervenções, salientou-se o papel da Cultura como factor promotor de desenvolvimento, sublinhando-se que as autarquias viviam um

momento de reformulação de vocações, e que, nesse quadro, as políticas culturais são já «as políticas municipais do futuro». O Senhor Secretário de Estado, nomeadamente, salientou a importância da boa gestão e programação dos muitos espaços de cultura de que o país actualmente já possui e o Senhor Presidente do Conselho Directivo do CEFA, na mesma linha, referiu que este curso, feito em parceria com a Fundação Serralves, representa um pequeno mas significativo passo nessa direcção.

No uso da palavra, os oradores da Fundação de Serralves realçaram o modelo de colaboração com o **CEFA** enquanto aplicação de uma parceria público-privada, fórmula a que tinham aderido desde a primeira hora e que rentabiliza exemplarmente recursos e saberes, em benefício de toda a sociedade. Exprimindo a vontade institucional de colocar ao serviço do país e das autarquias a sua experiência acumulada na formulação de políticas culturais, destacou-se ainda que «a cultura pode ser gerida com tanta ou mais eficácia do que as outras áreas».

INTERVENÇÃO DO MINISTRO DA CULTURA E ENCERRAMENTO

Encerrando os trabalhos, usou da palavra o Ministro da Cultura, que começou por referir que em Portugal as questões culturais têm ganho significado no discurso político e estratégico, mas não têm tido igual correspondência no empenhamento económico, público e privado.

«É preciso colocar a cultura no centro, enquanto objectivo estratégico» – disse –, salientando que tudo deverá ser enquadrado culturalmente para que se preserve a identidade colectiva e se produza um desenvolvimento sustentável.

Continuando, Pinto Ribeiro exortou à adopção de boas práticas de intervenção como a criação de redes, a coordenação estratégica, a cooperação, a economia de meios, a prevenção dos erros de programação e a consciência do desperdício.

E por fim, elogiando «o percurso de excelência» do **CEFA** e da Fundação de Serralves, um na formação dos quadros das autarquias e outra na promoção das políticas culturais, salientou que em Portugal se tem de passar de uma cultura de saber para uma cultura de saber fazer.

«Para uma cultura da acção» – acrescentou – frisando ser possível também trabalhar mais com políticas de proximidade.

.../...

- **Reflexão sobre o impacto das artes no projecto “mercado das artes”**

"As artes e o turismo num projecto autárquico de turismo cultural"



"Desenvolvimento da Barquinha deve passar para diferenciação e pela sua atractividade"

Carlos Vicente, pintor e técnico de turismo do município da Barquinha, considera que o desenvolvimento do seu concelho tem que passar pela diferenciação e pela atractividade dos Serviços e produtos que pode vir a disponibilizar. Isso já acontece com o Barquinha Non Stop, mas deverá ser reforçado com o Mercado das Artes e a sua ligação ao longo do Tejo até ao castelo de Almourol. Junção da arte ao património e ao turismo é, portanto, o caminho a seguir.

O desenvolvimento de Vila Nova da Barquinha tem que passar cada vez mais pela sua diferenciação e pela sua atractividade. Enquanto destino turístico de qualidade e com a oferta de produtos artísticos de excepção. Assim pensa Carlos Vicente, técnico superior e curador das exposições organizadas por aquele município, além de pintor e orientador dum ateliê municipal que persiste há uns dez anos com assinalável sucesso, enquanto apresenta conceitos crescentes nos países artisticamente mais desenvolvidos de interligação e contacto das artes ao turismo, que fazem do turismo cultural um destino que se vai afirmando e tomando corrente pelo mundo fora para aqueles que não se limitam apenas ao sol e às praias.

"As artes e o turismo num projecto autárquico de turismo cultural" foi o tema que serviu de base à palestra integrada no ciclo sobre o património "Sábados às cinco com ..", que decorreu no auditório do Centro Cultural da Barquinha no sábado 8, o mesmo tema que está na base da tese de mestrado que presentemente prepara em desenvolvimento de produtos de turismo cultural no Instituto Politécnico de Tomar (IPT).

Dando especial enfoque ao futuro Mercado das Artes, em implantação na zona ribeirinha e em torno e dentro do Barquinha Parque, com a sua exposição de escultura ao ar livre,

onde ficarão patentes obras de grandes mestres portugueses, desde a década de sessenta do século passado até à actualidade, a nova galeria de exposições no antigo edifício dos paços do concelho, uma loja comercial, o ateliê de escultura e as residências para artistas, que passará a funcionar como porta de entrada no concelho, abrindo caminho para um corredor que irá até ao castelo de Almourol através do percurso pedonal e ciclável ribeirinho que está para ser executado proximamente, Carlos Vicente diz que não faz sentido e tem que se inverter o fluxo actual de visitantes, que regista uma média anual de 65 mil presenças no castelo e apenas um ou dois milhares a passarem efectivamente pelo centro da Barquinha. Tendo património, e arte, logo a Barquinha tem potencial turístico, que é sinónimo de sustentabilidade económica e desenvolvimento local, assente na restauração, conhecida pelo seu efectivo carácter dinâmico, e no alojamento, faltando aqui algumas peças imobiliárias para hospedagem e até talvez uma unidade hoteleira de razoável dimensão, para que os turistas não se vejam obrigados, como sucede actualmente, a deslocarem-se para outros concelhos da região em busca de pernoita. Natural de Tancos, Carlos Vicente considera o troço do Tejo entre a sua terra natal e o castelo de Almourol quase como um museu de natureza, um quadro vivo, envolvendo a fauna, a flora e a fortaleza assente numa ilha no rio, achando que o castelo esteve demasiado tempo esquecido e abandonado pelas entidades oficiais e regozijando-se por, finalmente, terem sido encontrados entendimentos e consensos com vista à sua musealização. Sendo necessário dar vida interactiva ao Barquinha Parque, a partir dos felizes exemplos do Barquinha Non Stop, festival de artes performativas e circenses de rua, porque isso representará mais valias para todo o concelho e até para a região envolvente, Carlos Vicente declara que "há que se fazer um resgate histórico para conhecer o património e as suas memórias ", pois que "o turismo é arte, interrogação, afirmação, motivo de discussão" e quando os artistas são vistos como guardadores de memórias e o turismo local apresenta um potencial inegável de desenvolvimento, posição que é partilhada por Luís Mota Figueira, director do Departamento de Gestão Turística e , Cultural do IPT e orientador da tese de mestrado de Carlos Vicente, que considera o seu mestrando uma pessoa honesta e empreendedora, empenhada com aplicação num projecto que dá indícios promissores para poder singrar."

Artigo de Lopes da Silva, Jornal Notícias do Entroncamento, n.º 1379, 14 de Janeiro de 2011

Publicada por Fernando Freire em [Sexta-feira, Janeiro 14, 2011](#) 

A Arte e a sua relação com o espaço público

Agnaldo Farias

O texto a seguir reúne trechos da palestra que Agnaldo Farias proferiu na abertura do V Encontro Técnico dos Pólos da Rede Arte na Escola, na

Universidade de Caxias do Sul (UCS), em 28.04.97. Logo na introdução, ele enfatizou que, antes de ser crítico de arte, é professor. "Na verdade, meu trabalho como crítico e curador é um desdobramento da minha atividade como professor", sublinhou, relatando um pouco da experiência de quem já lecionou Filosofia no segundo grau e vem participando ativamente do dia-a-dia do curso de Arquitetura da USP/São Carlos, desde sua criação, em 1985...

.../...

Tomar 30/01/2011